

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK**

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 30 de abril de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), notificación de la operación de concentración consistente en la fusión por absorción de LIBERBANK, S.A. (LIBERBANK) por UNICAJA BANCO, S.A. (UNICAJA BANCO).
- (2) La notificación ha sido realizada por UNICAJA BANCO y LIBERBANK, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia ("LDC"), por superar el umbral establecido en las letras a) y b) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia ("RDC"), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (3) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 39.1 de la LDC, la Dirección de Competencia requirió con fecha 5 de mayo de 2021 al Banco de España información necesaria para la resolución del expediente.
- (4) En virtud de lo dispuesto en el artículo 37.1.b) de la LDC, esta solicitud de información suspendió el transcurso de los plazos máximos para resolver, en la medida en que la respuesta a dicho requerimiento contenía elementos esenciales para valorar la operación de concentración notificada.
- (5) Con fecha 14 de junio de 2021, UNICAJA BANCO remitió una propuesta de compromisos al amparo del artículo 59 de la LDC y el artículo 69 del RDC, con objeto de resolver los posibles obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que puedan derivarse de la concentración. Con fecha 23 de junio de 2021, UNICAJA BANCO remitió una nueva propuesta de compromisos (en adelante, la propuesta final de compromisos).
- (6) A la vista de lo anterior, la fecha límite para dictar y notificar la resolución es el 9 de julio de 2021, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (7) La operación notificada consiste en la fusión por absorción de LIBERBANK por UNICAJA BANCO.
- (8) La operación se instrumenta a través de un proyecto común de fusión suscrito el 29 de diciembre de 2020, de acuerdo con el cual LIBERBANK será absorbida por UNICAJA BANCO, extinguiéndose la primera vía disolución sin liquidación, y transmitiéndose en bloque todo su patrimonio a la segunda, que adquirirá por sucesión universal la totalidad de los derechos y obligaciones de LIBERBANK.
- (9) Las juntas generales de accionistas aprobaron la operación con fecha de 31 de marzo de 2021.
- (10) La operación es una concentración económica según el artículo 7.1.a) de la LDC.

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

- (11) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (12) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en las letras a) y b) del artículo 8.1 de la mencionada norma.

### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **IV.1 UNICAJA BANCO, S.A.**

- (13) UNICAJA BANCO, S.A. (en adelante, UNICAJA BANCO) es una entidad financiera española constituida en diciembre de 2011 fruto de la segregación del negocio financiero de Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda, Cádiz, Almería, Málaga, Antequera y Jaén en favor de la sociedad de nueva creación UNICAJA BANCO, S.A.U. En 2018 UNICAJA BANCO absorbió a Banco de Caja España de Inversiones, Salamanca y Soria, S.A. (España Duero)<sup>1</sup>.
- (14) UNICAJA BANCO es una entidad cotizada desde 2017 y está fundamentalmente activa en el ámbito de la banca minorista.
- (15) Está controlada en última instancia por la Fundación Bancaria Unicaja, su principal accionista, con una participación del 50,81% del capital social<sup>2</sup>. La Fundación Bancaria Unicaja<sup>3</sup> no está controlada ni individual ni conjuntamente por ninguna persona física o jurídica.

---

<sup>1</sup> Según las notificantes, se trata de una operación intra-grupo a efectos de la normativa sobre control de concentraciones, ya que UNICAJA BANCO controlaba de forma exclusiva a EspañaDuero desde 2014 (Véase la resolución del Consejo de la CNC de 12 de septiembre de 2012 en el expediente C/0465/12 Unicaja/CEISS y la decisión de la Comisión Europea de 12 de marzo de 2014 en el asunto SA.36249 *Modificación a la reestructuración de CEISS mediante integración con Unicaja Banco*).

<sup>2</sup> El resto de accionistas significativos son: Tomás Olivo, Indumenta Pueri, FMR, Santa Lucía, Santander Acciones y Santander Asset Management, con participaciones cada uno en torno al 3-5% y que en total representan aproximadamente 25% del capital.

<sup>3</sup> Además de ser el accionista de control de UNICAJA BANCO, es accionista único de Baloncesto Málaga, S.A.D. (activa en la organización de espectáculos deportivos) y Fundalogy Unicaja, S.L.U. (sociedad *holding*).

- (16) Por otra parte, UNICAJA BANCO controla, exclusiva o conjuntamente, una serie de entidades activas principalmente en los sectores financiero<sup>4</sup>, inmobiliario<sup>5</sup> y de seguros<sup>6</sup>.
- (17) Según las notificantes, el volumen de negocios de UNICAJA BANCO en España en el año 2020, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, fue de **[>240] millones de euros**<sup>7</sup>.

Volumen de negocios de UNICAJA BANCO en 2020 (miles de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>240]

Fuente: Notificación

## IV.2 LIBERBANK, S.A.

- (18) LIBERBANK S.A. (LIBERBANK) es una entidad financiera española constituida el 1 de septiembre de 2011 procedente de la creación de un Sistema Institucional de Protección (SIP) en el que se integraron los negocios de Caja de Ahorros de Asturias (Cajastur), Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Extremadura (Caja Extremadura) y Caja de Ahorros de Santander y Cantabria<sup>8</sup>. Estas entidades mantuvieron su personalidad jurídica, sus negocios y actividades comerciales bajo la gestión y dirección de una entidad central denominada Effibank, S.A., que antes de comenzar sus operaciones cambió su denominación social por la de LIBERBANK, S.A.
- (19) LIBERBANK cotiza en bolsa desde el año 2013 y tiene como principales actividades las de banca comercial y corporativa.
- (20) LIBERBANK no tiene ningún accionista de control<sup>9</sup>, no estableciéndose mayorías reforzadas o derechos de veto en sus estatutos o en pactos

<sup>4</sup> Banco Europeo de Finanzas, S.A.U.; Unigest, S.G. I.I.C., S.A.U., ambas controladas de forma exclusiva por UNICAJA BANCO; Madrigal Participaciones, S.A. (en proceso de liquidación), controlada en un 75,70% por UNICAJA BANCO; Ahorro Andaluz, S.A., controlada conjuntamente por UNICAJA BANCO y por Aviva, si bien el pacto de accionistas de esta sociedad otorga voto de calidad al presidente nombrado por Aviva (esta sociedad no tiene prácticamente actividad y se encuentra en vías de liquidación, según las notificantes)..

<sup>5</sup> Alqlunia Duero, S.L.U. (en liquidación), controlada de forma exclusiva por UNICAJA BANCO; Gestión de Inmuebles Adquiridos, S.L.U.; La Algara Sociedad de Gestión, S.L.U; Propco Blue 1, S.L.U.; Unicaja Gestión de Activos Inmobiliarios, S.A.U.; Viproelco, S.A.U., todas ellas controladas de forma exclusiva por UNICAJA BANCO; Parque Industrial Humilladero, S.L., con una participación de UNICAJA BANCO del 89, 77%; Dolun Viviendas Sociales, S.L. (sin actividad) (participación del 40% de UNICAJA BANCO); Espacio Medina, S.L. (participación del 30% de UNICAJA BANCO); Muelle Uno-Puerto Málaga, S.A. (participación del 39,74% de UNICAJAJ BANCO); Sociedad de Gestión San Carlos, S.A. (61,66% pertenece a UNICAJA BANCO); Cerro del Baile, S.A. (80,00% de UNICAJA BANCO); Lares Val de Ebro, S.A. (en proceso de liquidación) (33,33% UNICAJA BANCO); Rochduero, S.L. (en proceso de liquidación) (54, 09% UNICAJA BANCO); Gestión e Investigación de Activos, S.A. (50% UNICAJA BANCO).

<sup>6</sup> Segurándalus Mediación, Correduría de Seguros, S.A.U. (Segurándalus); Unimediación, S.L.U.; Unión del Duero, Compañía de Seguros de Vida, S.A.U. (Unión del Duero), todas ellas controladas exclusivamente por UNICAJA BANCO; Unicorp Vida, Compañía de Seguros y Reaeguros, S.A., controlada al 50% junto con Aviva Europe, S.E. (Expediente C/0861/17 SANTA LUCÍA / UNICAJA BANCO / AVIVA VIDA / UNICORP VIDA / CAJA ESPAÑA VIDA).

<sup>7</sup> Según las notificantes, se ha considerado como volumen de negocios la suma de las partidas relevantes, de acuerdo con el artículo 5.7 RDC, de las cuentas anuales consolidadas de 2020 de la Fundación Bancaria Unicaja. De acuerdo con las notificantes, no se ha producido variación de las sociedades del perímetro de consolidación desde la fecha de cierre de las cuentas anuales de 2020.

<sup>8</sup> Operación autorizada por Resolución del Consejo de la CNMC de 15 de junio de 2011 (C-0352/11 Cajastur/Caja Extremadura/Caja Cantabria).

<sup>9</sup> Sus accionistas significativos son Oceanwood Capital Management (18,19%), Fundación Bancaria Caja de Ahorros de Asturias (16,19%), Oceanwood Opportunities Master Fund (14,00%), Aivilo Spain (7,14%), Ernesto Luis Tinajero Flores (7,14%), Fernando Masaveu Herrero (5,76%), Fundación Bancaria Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Extremadura

parasociales. Según las notificantes, las participaciones significativas más elevadas de LIBERBANK no son suficientes para imponer o bloquear decisiones sobre materias estratégicas, siendo el porcentaje medio de asistencia a la junta general de accionistas de LIBERBANK durante los últimos seis años ligeramente superior al 64%<sup>10</sup>.

- (21) Por otra parte, LIBERBANK controla, exclusiva o conjuntamente, una serie de entidades activas principalmente<sup>11</sup> en los sectores financiero y de medios<sup>12</sup>, asesoría<sup>13</sup>, gestión de planes y fondos de pensiones<sup>14</sup>, inmobiliario<sup>15</sup>, gestión hotelera<sup>16</sup> y de seguros<sup>17</sup>.
- (22) De acuerdo con las notificantes, el volumen de negocios de LIBERBANK en España en el año 2020, conforme al artículo 5 del RDC, fue de **[>240] millones de euros**<sup>18</sup>.

Volumen de negocios de LIBERBANK en 2020 (miles de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>240]

Fuente: Notificación

(4,80%), Fundación Bancaria Caja de Ahorros de Santander y Cantabria (3,36%), y Oceanwood European Financial Select Opportunities Master Fund (2,94%).

<sup>10</sup> <https://corporativo.liberbank.es/inversores-y-accionistas/gobierno-corporativo-y-politica-de-remuneraciones/juntasgenerales>

<sup>11</sup> De acuerdo con información aportada por las notificantes, LIBERBANK controla, asimismo, sociedades que realizan actividades de servicios administrativos combinados (Caja Castilla La Mancha Conecta, S.A.); actividades de las sociedades *holding* (Caja Castilla La Mancha Iniciativas Industriales, S.L.); silvicultura y otras actividades forestales (Explotaciones Forestales y Cinegéticas Alta-Baja, S.A.); explotación agrícola (Finca Las Huelgas, S.A.U.); otras actividades de apoyo a empresas (Instituto de Economía y Empresa, S.L.); centro de llamadas (Liberbank Contact, S.L.U.); servicios informáticos (Liberbank Digital, S.L.U.); comercialización de productos digitales (Liberbank eBusiness, S.L.U.); comercialización no financiera (Pomarada Gestión, S.L.U.), y medicina (Instituto de Medicina Oncológica y Molecular de Asturias, S.A.).

<sup>12</sup> Caja Castilla la Mancha Finance, S.A.U.; Briareo Gestión, S.A.U.; Factoría de Transformación de Operaciones y Servicios, S.L.U.; Liberbank IT, S.L.U.; Liberbank Gestión, SGIIIC, S.A.U.; Corporación Empresarial Caja Extremadura, S.L.U. (tenedora); Liberbank Capital, S.A.U. (tenedora); Liberbank Servicios Financieros, S.A.U. (tenedora); Puntida, S.L.U. (tenedora); Sistemas Financieros, S.A. (tenedora) (todas ellas controladas en exclusiva por LIBERBANK).

<sup>13</sup> Administradora Valternas, S.L.U.; Asturiana de Administración de Valores Mobiliarios, S.L.U.; Camón de la Mesa, S.A.; Cantábrica de Inversiones de Cartera, S.L.; Norteña Patrimonial, S.L.U.; Peña Rueda, S.L.U.; Pico Cortés, S.L.U.; Pico Miravalles, S.L.U.; Procesa Recuperación de Activos S.A.U.; Puertu Maravilio, S.L.U.; Sierra del Acebo, S.L.U.; Tiaordos, S.A.U. (todas ellas controladas al 100% por LIBERBANK).

<sup>14</sup> Liberbank Pensiones Soc. Gest. de Fondos de Pensiones, S.A.U. (controlada al 100% por Liberbank).

<sup>15</sup> Midamarta, S.L.; Mosacata, S.L.U. (ambas controladas al 100% por Liberbank); Polígono Romica, S.A. (50% de Liberbank); Promociones 2020 San Lázaro, S.L. (20% de Liberbank); Arco Explotaciones, S.L.U.; Concejo Explotaciones, S.L.U. Inmobiliaria; Planes e Inversiones, CLM, S.A.; Urbe Cantabria, S.L.; Promociones 2020 San Lázaro, S.L.; Promociones Miralsur, S.L.; Ercávica Desarrollos, S.L.U.; Análisis y Gestión de Innovación Tecnológica S.L.U.; Lisson Directship, S.L.U.; Segóbriga Desarrollos, S.L.U. (controladas toda ellas al 100% por LIBERBANK).

<sup>16</sup> Camping Alto Gallego, S.L.U.; Cánovas Explotaciones, S.L.U.; Explotaciones Santa Isabel, S.L.U.; Grafton Investments, S.L.; Hoteles Layos, S.L.; Vivacava-Incós de Energía, S.A.U. (todas ellas controladas al 100% por Liberbank).

<sup>17</sup> Banco Castilla La Mancha Mediación, Operador de Banca Seguros Vinculado, S.A.U.; CCM Brokers 2007 correduría de seguros, S.A.U.; Liberbank Mediación, Operador de Banca Seguros, S.L.U.; Liberbank Servicios Auxiliares de Bancaseguros, A.I.E. (todas ellas controladas al 100% por Liberbank); Liberbank Vida y Pensiones, Seguros y Reaseguros, S.A. (50% de Liberbank y 50% de Aegon España, S.A.U. de Seguros y Reaseguros (M. 6594 Aegon/Liberbank/Liberbank Vida).

<sup>18</sup> Según las notificantes, se ha considerado como volumen de negocios la suma de las partidas relevantes conforme al artículo 5.7.b del RDC de las cuentas anuales consolidadas de 2020 de Liberbank. El resultado de eliminar los de entidades parte del perímetro de consolidación que se han producido a lo largo de 2021 no supone variación en el volumen de negocios de Liberbank, ya que éstas no tuvieron facturación en el año 2020.

## **V. MERCADOS RELEVANTES**

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

- (23) El sector económico implicado en la operación es el de la prestación de servicios bancarios, en particular, banca minorista, en el que centran su actividad ambas partes.
- (24) Adicionalmente, las partes están simultáneamente presentes en los mercados de banca corporativa, banca de inversión y *factoring* (dentro de los servicios bancarios), y en los mercados de medios de pago, producción y distribución de seguros, gestión y distribución de planes de pensiones, así como en el mercado inmobiliario<sup>19</sup>. No obstante, dado que la presencia de las partes en dichos mercados es residual, como se verá, no se consideran mercados relevantes para la operación, por lo que sólo será analizado el mercado de banca minorista.

#### **a) Servicios bancarios**

- (25) Los precedentes nacionales<sup>20</sup> y comunitarios<sup>21</sup> vienen distinguiendo tres segmentos en el sector de los servicios bancarios: i) banca minorista; ii) banca corporativa y iii) banca de inversión, atendiendo a criterios derivados de las características de la demanda y de la naturaleza y composición del tipo de servicios ofrecidos. Adicionalmente, la Comisión Europea ha reconocido la existencia de un cuarto segmento: el de *factoring*<sup>22</sup>. Cada uno de estos segmentos opera a través de diferentes canales de venta, por lo que las características de la competencia difieren en cada uno de ellos.

##### **i. Banca minorista**

- (26) Los servicios de banca minorista están orientados hacia el mercado de los particulares, comercios y PYMES. La banca minorista mantiene una operativa para una base amplia de clientes que efectúan gran número de operaciones de pequeña cuantía, de forma que necesita una amplia red de sucursales para satisfacer a una clientela numerosa y con frecuencia dispersa. Este segmento engloba diversos instrumentos, tales como la captación de depósitos, la concesión de créditos y préstamos, las operaciones relativas a tarjetas de crédito y débito y la comercialización de recursos fuera de balance, como fondos de inversión, fondos de pensiones y seguros.
- (27) En esta operación se analizará el mercado de banca minorista a través de las cuotas de mercado en términos de créditos y depósitos, así como del número de sucursales.

---

<sup>19</sup> Las partes están presentes en el mercado inmobiliario, principalmente como resultado de la adjudicación de activos inmobiliarios en el contexto de la actividad bancaria, suponiendo para ambas una actividad muy residual, con cuotas inferiores al 0,1%.

<sup>20</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/1013/19 ABANCA / BCG ; C/0985/18 BANKINTER/EVO BANCO ; C/901/17 BANKIA/BMN, entre otros.

<sup>21</sup> Entre otros, M.6168 - RBI/EFG EUROBANK/JV; M.5960 - CREDIT AGRICOLE/CASA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA /AGENCES INTESA SANPAOLO; M.5948 - BANCO SANTANDER/RAINBOW; M.5432 - CREDIT MUTUEL/COFIDIS; M. 5363 - SANTANDER/BRADFORD & BINGLEY ASSETS ; M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS; M.4692 BARCLAYS/ABN AMRO; M.3894 UNICREDITO / HVB, y M.2225 FORTIS / ASR.

<sup>22</sup> M.3894 - UNICREDITO/HVB; M. 8553 - BANCO SANTANDER/BANCO POPULAR GROUP.

- (28) En la medida en que, por un lado, con carácter general, los precedentes<sup>23</sup> no han realizado un análisis de los créditos en función del fin o destinatario de los mismos (créditos a Pymes, crédito hipotecario, crédito destinado a construcción de obra civil, etc), y, por otro lado, que las cuotas de mercado de la entidad resultante a nivel nacional en el mercado de banca minorista son reducidas, no se analizarán las cuotas de mercado de acuerdo con dicho criterio.

### ii. Servicios bancarios corporativos

- (29) Este segmento engloba los servicios bancarios prestados a grandes empresas y a organismos e instituciones públicas, que concentran su actividad en grandes centros financieros, en pocas unidades operativas muy especializadas y con personal altamente cualificado. Comprende diferentes productos, como depósitos, préstamos a corto y largo plazo, créditos de garantía, gestión de papel comercial, financiación del comercio exterior, *swaps*, *leasing* y *factoring*<sup>24</sup>.
- (30) Siguiendo precedentes nacionales<sup>25</sup>, al igual que en el mercado minorista, el mercado de banca corporativa se analiza a través de la cuota de mercado en términos de créditos y depósitos, como elementos más representativos de la competitividad, así como a través de la cuota de *leasing*, como segmento representativo de banca corporativa.
- (31) La actividad de *leasing* comprende el arrendamiento financiero u operativo de todo tipo de activos producidos. Los precedentes comunitarios<sup>26</sup> lo han segmentado por tipo de *leasing* (financiero u operativo), tamaño del cliente o tipo de activo, si bien se dejó abierta esta posible segmentación. Las notificantes entienden que ésta no sería necesaria, teniendo en cuenta que todos los principales operadores ofrecen o están en condiciones de ofrecer todos los tipos de *leasing* y que la presencia de las partes es residual cualquiera que sea la definición del mercado.

### iii. Factoring

- (32) El *factoring* es un servicio financiero por el cual un cliente comercial cede sus créditos a cobrar a una empresa de *factoring* que cobrará el dinero. El *factoring* comprende la compra a clientes comerciales o negocios de todo tipo de cuentas por cobrar, proporcionando así a los clientes una mayor liquidez.
- (33) Si bien la autoridad española venía definiendo los servicios de *factoring* como una parte del mercado de banca corporativa, los precedentes nacionales más recientes<sup>27</sup> y los precedentes comunitarios<sup>28</sup> consideran que estos servicios

<sup>23</sup> Excepto en el precedente C-1144-20 Caixabank/Bankia.

<sup>24</sup> Precedentes nacionales (C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/0901/17 BANKIA/BMN) y comunitarios (M.4844 - FORTIS / ABN AMRO ASSET; M.4155 BNP Paribas/BNL) han considerado como mercados separados el mercado de banca corporativa y el de *factoring*, considerando a este último como mercado independiente.

<sup>25</sup> Entre otros, C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

<sup>26</sup> M. 8553 Banco Santander/Banco Popular Group; M. 8414 DNB/Nordeal/Luminor Group.

<sup>27</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>28</sup> M.3894 Unicredito/HVB; M.1661 Crédit Lyonnais/Allianz-Euler/JV; M.4155 BNP Paribas/BNL; M.4844 – FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

constituyen un mercado separado con dimensión nacional, ya que se trata de un servicio prestado mayoritariamente a PYMES<sup>29</sup>.

#### **iv. Banca de inversión y otros mercados financieros**

- (34) Este segmento engloba los servicios de asesoría sobre emisión de instrumentos financieros, las operaciones en los mercados financieros y los servicios de banca privada (asesoramiento personalizado a clientes con grandes patrimonios), productos de intermediación estructurados, derivados, renta fija, renta variable, inversión alternativa, capital riesgo, fondos de inversión libre, fondos de fondos, carteras de fondos, etc<sup>30</sup>.
- (35) Ambas partes de la operación están presentes en el segmento de banca privada, así como en el de gestión y comercialización de fondos de inversión, capital riesgo, fondos de inversión libre o alternativa, fondos de fondos, carteras de fondos y otros productos afines.
- (36) Las notificantes consideran innecesario cerrar una definición exacta de este mercado, pues la operación no presenta problemas de competencia en ninguno de los posibles segmentos.

#### **b) Tarjetas, TPVs y cajeros**

- (37) Los precedentes nacionales<sup>31</sup> y comunitarios<sup>32</sup> vienen considerando los distintos segmentos que, según las notificantes, integrarían el posible mercado de medios de pago (cajeros, tarjetas y TPVs), como subsegmentos que se englobarían dentro del mercado de banca minorista. No obstante, también hay precedentes en los que alguno de estos segmentos se analiza como un mercado independiente del mercado de banca minorista<sup>33</sup>; es el caso de las tarjetas, bien de crédito, bien de débito (incluso revolving) o los pagos con tarjetas, pero no de cajeros ni TPVs, que no se han tratado como mercados diferenciados.
- (38) Además de los precedentes que han considerado los pagos con tarjeta como mercado independiente, se observa que, debido a una serie de elementos (cambio tecnológico, aparición de sistemas de pago diferenciados, proliferación de actores en el mercado), se avanza hacia una consolidación del mercado de medios de pago como merecedor de un análisis independiente del mercado de banca minorista, que podría llevar, bien a considerar los medios de pago como mercado independiente y a analizar dentro del mismo los subsegmentos indicados (tarjetas, TPVs y cajeros), o bien a analizar estos tres segmentos de forma independiente sin definir un mercado de medios de pago diferenciado que los integre<sup>34</sup>. En cualquier caso, no se considera necesario cerrar una definición exacta de mercado ni definir un mercado de medios de pago.

---

<sup>29</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/1013/19 ABANCA / BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>30</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>31</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/1013/19 ABANCA/BCG ; C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0488/ 12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

<sup>32</sup> M.8553 SANTANDER/POPULAR.

<sup>33</sup> C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK – ACTIVOS ; M. 4844 FORTIS / ABN AMRO ASSETS ; M.5384 – BNP Paribas / Fortis.

<sup>34</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

### c) Seguros y planes de pensiones

- (39) El sector de los seguros comprende el conjunto de actividades económicas relacionadas directamente con la actividad aseguradora, por medio de la cual se transforma total o parcialmente un suceso aleatorio o incierto (riesgo asegurado), mediante el pago de una prima, en una indemnización cierta, determinada o determinable, previamente pactada<sup>35</sup>.
- (40) Siguiendo los precedentes<sup>36</sup> del sector asegurador, se puede distinguir entre los mercados de (i) producción y de (ii) distribución de seguros (que, según la Comisión, podrían estar verticalmente relacionados, aunque ha dejado la definición abierta<sup>37</sup>).

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

- (41) El mercado de producción comprende la generación de seguros propios distribuidos a través de canales directos (la fuerza de ventas y la red de oficinas de las aseguradoras).
- (42) Precedentes nacionales<sup>38</sup> y comunitarios<sup>39</sup> han establecido como mercados diferenciados dentro del sector de seguros los de seguros de vida, seguros de no vida, y reaseguros<sup>40</sup>, atendiendo a la naturaleza del riesgo. Las partes se encuentran activas de forma conjunta únicamente en el primer mercado en España, no estando presente LIBERBANK, de forma directa, ni indirecta, en el mercado de producción de seguros de no vida.
- (43) A su vez, las autoridades nacionales han considerado que, desde el punto de vista de la demanda, los mercados de seguros de vida y no vida pueden subdividirse en tantos mercados de producto como riesgos cubran, debido a la inexistencia de sustituibilidad de demanda entre ellos por las distintas características, primas y propósitos de cada uno de ellos<sup>41</sup>.
- (44) No obstante, desde el punto de vista de la oferta, ciertos precedentes nacionales<sup>42</sup> y comunitarios<sup>43</sup> han indicado que el hecho de que las condiciones

<sup>35</sup> Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia relativo al Expediente de concentración económica C89/05- Igualatorios Médicos, de 26 de septiembre de 2005.

<sup>36</sup> C/ 1144/20 Caixabank/Bankia; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C-0611/14 BBVA/CATALUNYA BANC; C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK (Activos) o los asuntos comunitarios M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE y M.4284 AXA/WINTERTHUR.

<sup>37</sup> M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE; M.5347 MAPFRE/ SALVADOR CAETANO/JVS, y M.4284 AXA/WINTERTHUR, o los precedentes nacionales C-0611/14 BBVA/CATALUNYA BANC y C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK (Activos).

<sup>38</sup> C/ 1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/0973/18 ALLIANZ PARTNERS/MULTIASISTENCIA ; C/960/18 SANITAS/NÉCTAR; C/0861/17 SANTA LUCÍA / UNICAJA BANCO / AVIVA VIDA / UNICORP VIDA / CAJA ESPAÑA VIDA ; C-0501/13 UNNIM Banc/UNNIM VIDA ; C-0530/13 Segurcaixa Adeslas/Cajasol Seguros Generales/CAN Salud ; C/0504/13 APOLLO/FINANMADRID ; C/0535/13 APOLLO/ EVO BANCO.

<sup>39</sup> M.6053 -CVC/Apollo / Brit Insurance ; M.6217 –Baloise Holding/Nateus/Nateuslife ; M.5432 CREDIT MUTUEL/COFIDIS ; M.7078 SANTANDER CONSUMER FINANCE/EL CORTE INGLES/FINANCIERA EL CORTE INGLES, y M.5384 BNP PARIBAS/FORTIS.

<sup>40</sup> El reaseguro es el acuerdo mediante el cual una aseguradora transfiere a otra compañía de seguros una parte de su riesgo de pérdidas resultante de sus pólizas por medio de un contrato de seguros. El mercado de reaseguros constituye un mercado distinto al de los seguros de vida y no vida, ya que la finalidad del mismo es repartir el riesgo entre los aseguradores.

<sup>41</sup> C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDAA/ LAIETANA GENERALES; C-0128/08 Cajasol/Caser.

<sup>42</sup> C/0066/08 MAPFRE/CAJA DUERO/DUERO VIDA/DUERO PENSIONES; C/0100/08 REALE/CAIXA TERRASSA/TERRASSA PREVISIÓ; N-05003 REALE SEGUROS/AEGON SEGUROS.

<sup>43</sup> M.3556 FORTIS/BCP.



que ofrecen las compañías aseguradoras para los distintos tipos de riesgos sean muy similares entre sí, junto al hecho de que la mayoría de las aseguradoras (especialmente las grandes compañías aseguradoras) ofrezcan seguros para diversos tipos de riesgos, ha llevado a la inclusión de diferentes tipos de seguros de vida y no vida en un mismo mercado de producto cuando los riesgos cubiertos afecten a un mismo bien.

- (45) Los seguros de vida, segmento en que se solapa la actividad de las partes, cubren los riesgos que pueden afectar a los seres humanos, concretamente a la existencia de la persona, ya sea en su modalidad de fallecimiento (seguros de vida-riesgo) o de supervivencia (seguros de vida-ahorro-jubilación). Según el número de beneficiarios del seguro se distingue entre seguros individuales y colectivos.
- (46) Los seguros de vida se encuentran regulados en el apartado B del Anexo de la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras (en adelante, Ley 20/2015), que establece, en relación con el seguro directo de vida, un solo ramo, el de vida. Sin perjuicio de lo anterior, existen precedentes<sup>44</sup> en los que se han tenido en cuenta las actividades de las partes en los diferentes segmentos del mercado de los seguros de vida: seguros individuales, colectivos, de riesgo y de ahorro.
- (47) Los seguros de no vida cubren el resto de riesgos, y tanto las autoridades nacionales<sup>45</sup> como comunitarias<sup>46</sup> han definido tantos mercados como ramos definidos en la disposición normativa que regule el sector, que, en el caso español se recoge en la Ley 20/2015, cuyo Anexo en su apartado A distingue diecinueve categorías de seguros de no vida<sup>47</sup>. Respecto a alguna de estas categorías de seguros, ciertos precedentes han analizado los efectos de la concentración agrupando varios ramos de seguro que cubren en su conjunto varios riesgos que afecten a un mismo bien<sup>48</sup>.
- (48) A los efectos de la presente operación, el mercado de producción de seguros de vida no será considerado relevante, ya que la cuota conjunta de la entidad resultante será inferior al [0-5%] en todos los segmentos considerados.
- (49) Por su parte, el mercado de producción de seguros de no vida no se considera mercado afectado por la presente operación, en la medida en que LIBERBANK no está presente, de forma directa, ni indirecta, en el mismo, siendo, además, la

<sup>44</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/0659/15 BBVA/CX VIDA/CX SEGUROS GENERALES; C-0495/13 CAIXABANK / CAJASOL SEGUROS GENERALES / CAJASOL VIDA / CAJACANARIAS VIDA; C-0066/08 MAPFRE/CAJA DUERO/DUERO VIDA/DUERO PENSIONES.

<sup>45</sup> C/1144/20 Caixabank/Bankia ; C/0928/18 GRUPO CATALANA OCCIDENTE/SOCIEDADES ADQUIRIDAS ; C/0960/18 SANITAS/NECTAR.

<sup>46</sup> M.7233 Allianz/Going Concern of Unipolsai Assicurazioni; M.6957 IF P&G/Topdanmark.

<sup>47</sup> Accidentes; Enfermedad (comprendida la asistencia sanitaria y la dependencia); Vehículos terrestres no ferroviarios; Vehículos ferroviarios; Vehículos aéreos; Vehículos marítimos, lacustres y fluviales; Mercancías transportadas (comprendidos los equipajes y demás bienes transportados); Incendio y elementos naturales; Otros daños a los bienes; Responsabilidad civil en vehículos terrestres automóviles (comprendida la responsabilidad del transportista); Responsabilidad civil en vehículos aéreos (comprendida la responsabilidad del transportista); Responsabilidad civil en vehículos marítimos, lacustres y fluviales (comprendida la responsabilidad del transportista); Responsabilidad civil en general; Crédito; Caución (directa e indirecta); Pérdidas pecuniarias diversas; Defensa jurídica; Asistencia, y Decesos.

<sup>48</sup> Entre otros, C-0444/12 GACM/AMCI; C-0409/11 Goodgrower/La Caixa/UMR; C/0356/11 Mutua Madrileña/La Caixa/VidaCaixaAdeslas ; N-03069 Seguros Catalana Occidente/Seguros Bilbao.

presencia de UNICAJA BANCO en este mercado muy residual (inferior al [0-5%]).

- (50) En relación con el mercado de los reaseguros, éste no será considerado mercado relevante, ya que ninguna de las partes opera en el mismo.

## ii. Mercado de distribución de seguros

- (51) Los seguros son distribuidos a través de canales directos e indirectos. Varios precedentes del sector asegurador de la Comisión Europea<sup>49</sup> han señalado que la distribución de seguros comprendería exclusivamente los canales indirectos de venta de seguros, es decir, la comercialización de seguros - producidos por terceras entidades aseguradoras- a través de agentes, *brokers* y otros mediadores, como los bancos y sus filiales mediadores -operadores de bancaseguros- (que, según la Comisión, podrían estar verticalmente relacionados, aunque ha dejado la definición abierta). No obstante, en otras ocasiones, la Comisión ha señalado la posibilidad de que el mercado de distribución de seguros incluya tanto canales indirectos como directos, dejando abierta la definición<sup>50</sup>. La Comisión ha dejado abierta, asimismo, la posibilidad de distinguir entre la distribución de seguros de vida y de no vida, debido a las diferencias regulatorias y al hecho de que los operadores activos en la distribución de uno y otro producto difieren.
- (52) Tanto UNICAJA BANCO como LIBERBANK tienen alianzas de banca-seguros, de acuerdo con las cuales distribuyen en su red comercial seguros producidos por distintas compañías aseguradoras. Así, UNICAJA BANCO a través del mediador de seguros Unimediación S.L.U., Operador Banca Seguros Vinculado (Unimediación) (que controla a su vez de forma exclusiva), distribuye seguros de vida y accidentes de Unicorp Vida Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A. (Unicorp Vida)<sup>51</sup>. Distribuye, asimismo, [CONF.] seguros de hogar, automóvil y asistencia sanitaria producidos por Caja de Seguros Reunidos, Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A. (Caser)<sup>52</sup>. UNICAJA BANCO distribuye, además, seguros de otras compañías (Santa Lucía<sup>53</sup>, DKV, Liberty, Mapfre, Mutua, y Pelayo, entre otras).
- (53) LIBERBANK, por su parte, a través de Liberbank Mediación, Operador de Banca-Seguros Vinculado, S.L., distribuye en exclusiva los seguros de vida y planes de pensiones individuales de Liberbank Vida y Pensiones, así como los seguros generales de Caser<sup>54</sup>. Distribuye, asimismo, seguros de otras compañías (Mapfre, Axa, Generali, Allianz, DKV, etc). Por otra parte, Banco de CLM Mediación, Operador de Banca Seguros Vinculado, S.A.U.<sup>55</sup> distribuye en exclusiva los seguros de vida, personales y los planes de pensiones individuales

<sup>49</sup> M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE; M.5347 MAPFRE/ SALVADOR CAETANO/JVS y M.4284 AXA/WINTERTHUR o los precedentes nacionales C-0611/14 BBVA/CATALUNYA BANC ; C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK (Activos).

<sup>50</sup> M.6053 CVC/APOLLO/BRIT INSURANCE; M.8257 NN GROUP / DELTA LLOYD.

<sup>51</sup> Empresa en participación conjuntamente controlada con Santa Lucía S.A., Compañía de Seguros y Reaseguros: (C/0861/17 Santa Lucía/Unicaja Banco/ Aviva Vida/Unicorp Vida/Caja España Vida). Se encuentra en vigor contrato de distribución en exclusiva entre UNICAJA BANCO y Unicorp respecto a seguros de vida y accidentes.

<sup>52</sup> [CONF.].

<sup>53</sup> [CONF.].

<sup>54</sup> [CONF.].

<sup>55</sup> Mediador del antiguo Banco de Castilla- La Mancha y actualmente filial al 100% de Liberbank.

de CCM Vida y Pensiones<sup>56</sup>, así como de terceras compañías (Mapfre, Generali, Allianz, Axa, Ocaso, Pelayo, etc).

### iii. Gestión de planes y fondos de pensiones

- (54) De acuerdo con los precedentes nacionales existentes<sup>57</sup>, la gestión de planes y fondos de pensiones constituye una actividad diferenciada de los seguros de vida, aunque cubran riesgos similares (como, por ejemplo, la obtención de una compensación financiera en el momento de la jubilación).
- (55) Los planes de pensiones son productos de ahorro que complementan la cobertura general de la Seguridad Social. Al contrario que los productos de seguro de vida, en los planes de pensiones la posibilidad de recuperar antes de la jubilación los ahorros acumulados, es muy limitada. Asimismo, cabe mencionar que, en general, los planes de pensiones se benefician de ventajas fiscales que no se aplican a los seguros de vida<sup>58</sup>. En cuanto a la diferencia entre los planes y los fondos de pensiones, a grandes rasgos, el plan de pensiones es el producto efectivamente comercializado por la entidad financiera, mientras que el fondo de pensiones es el instrumento financiero utilizado para llevar a cabo la inversión (administrado por una entidad gestora). Por este motivo, a menudo se utilizan ambos términos indistintamente y ningún precedente ha llegado a definir segmentos diferenciados para planes y fondos de pensiones.
- (56) De acuerdo con las notificantes, LIBERBANK no está presente en la provisión de fondos de pensiones (siendo la cuota de UNICAJA BANCO en este segmento inferior al [0-5%]), por lo que no será considerado mercado afectado por esta operación.

## V.2 Mercados geográficos

### a) Servicios bancarios

- (57) En precedentes nacionales<sup>59</sup> se han analizado los tres parámetros considerados (créditos, depósitos y sucursales) no sólo a nivel nacional, sino también a nivel autonómico y provincial, cuando la cuota resultante de la operación ha superado el 15%. Por tanto, el análisis de cuotas en la presente operación se realizará considerando también el nivel **provincial** y, en el caso de sucursales, atendiendo a las circunstancias particulares de la operación, también a nivel de código postal, como se verá.
- (58) El mercado geográfico relevante de la **banca corporativa** es supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de las grandes corporaciones, aunque ciertos servicios se siguen ofreciendo a nivel nacional, en particular para las empresas

---

<sup>56</sup> Sociedad participada al 50% por Liberbank y por Mapfre Vida.

<sup>57</sup> C/1144/20 Caixabank/Bankia; C/1013/19 ABANCA/BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C-0227/10, GRUPO BANCA CÍVICA; C-0050-08 LA CAIXA/MORGAN STANLEY; C-0128-08 CAJASOL/CASER.

<sup>58</sup> C/1013/19 ABANCA / BCG ; C/0901/17 BANKIA/BMN ; C/0128/08 CAJASOL/ CASER.

<sup>59</sup> C/1144/20-CAIXABANK/BANKIA;C/1013/19-ABANCA/BCG;C/0901/17-BANKIA/BMN;C/0603/14-CaixaBank/Barclays; C/0455/12- IBERCAJA BANCO/LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

medianas y pequeñas. En cuanto al mercado del *leasing*, de acuerdo con los precedentes comunitarios, éste tendría dimensión nacional<sup>60</sup>.

- (59) En el mismo sentido, el mercado de **factoring** se ha venido considerando como de dimensión nacional, siguiendo los precedentes nacionales<sup>61</sup> y comunitarios<sup>62</sup>, pues se trata de un servicio prestado mayoritariamente a PYMES.
- (60) En lo que respecta al mercado geográfico de la **banca de inversión**, al igual que en el mercado de banca corporativa, la Comisión Europea<sup>63</sup> lo ha considerado de ámbito supranacional, pudiendo ser mundial en el caso de las operaciones en los mercados monetarios y nacional para determinadas operaciones<sup>64</sup>. En precedentes recientes de la CNMC<sup>65</sup> se ha analizado este mercado a nivel nacional, sin haber considerado necesario cerrar la definición geográfica del mismo.
- (61) Dado que los mercados de banca corporativa (cuotas conjuntas a nivel nacional inferiores al [0-5%] y adiciones inferiores al [0-5%]), *factoring* (cuota conjunta a nivel nacional inferior al [0-5%] y adición inferior al [0-5%]) y banca de inversión (cuotas conjuntas a nivel nacional inferiores al [0-5%] y adiciones inferiores al [0-5%]) son mercados residuales para las partes, no se consideran relevantes en el análisis de la operación.

#### **b) Tarjetas, TPVs y cajeros**

- (62) En relación con el mercado geográfico del mercado de tarjetas de pago, puede afirmarse, de acuerdo con los precedentes<sup>66</sup>, que tiene carácter fundamentalmente nacional, aunque se ha considerado la posibilidad de analizar un ámbito geográfico más amplio, de ámbito europeo.
- (63) En lo que respecta al segmento de terminales en punto de venta (TPVs), se puede considerar, asimismo, una dimensión de alcance nacional e incluso extenderse a nivel europeo, de acuerdo con precedentes<sup>67</sup>, si bien en el caso COMP/M.9776 Worldline S.A /Ingenico Group S.A. se señalaba también la importancia en este mercado de tener presencia local.
- (64) En el caso del segmento de cajeros automáticos, si bien en precedentes comunitarios<sup>68</sup> no se ha considerado una definición geográfica de mercado para este producto, podría considerarse un mercado geográfico más estrecho que el

<sup>60</sup> M.5384 BNP Paribas/Fortis; M.7944 Credit Mutuel/GE Capital's Factoring and Equipment Financing Businesses in France and Germany.

<sup>61</sup> C/1144/20-CAIXABANK/BANKIA; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>62</sup> M.3894 UNICRÉDITO/HVB; M.4155 BNP Paribas/BNL; M.4844 FORTIS/ABN AMRO ASSETS.

<sup>63</sup> M. 4844 FORTIS / ABN AMRO ASSETS ; M. 3894 Unicredito/HVB ; M.5384 – BNP Paribas / Fortis ; M.4155 – BNP Paribas / BNL ; M. 8414 DNB / NORDEA / LUMINOR GROUP.

<sup>64</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/0901/17 BANKIA/BMN. Asimismo, en relación con la determinación del mercado geográfico en los sectores de banca privada y banca de inversión, ver Resolución del Consejo de la CNMC en el Expediente C/0488/12, CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

<sup>65</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>66</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/0587/14 BANCO POPULAR/CITIBANK – ACTIVOS; C/0911/17 SERVIRED/SISTEMA 4B/EURO 6000; M.3740, Barclays Bank/Föreningssparbanken/JV ; M.2567 Nordbanken/Postgirot ; M.5384 - BNP PARIBAS / FORTIS.

<sup>67</sup> M.9776 Worldline S.A /Ingenico Group S.A.; C/0488/12 CAIXABANK/BANCO DE VALENCIA.

<sup>68</sup> M. 8553 BANCO POPULAR/BANCO SANTANDER.

nacional (provincial)<sup>69</sup> ya que, de manera similar a las sucursales, es necesaria una amplia red, además de ser otro medio que facilita la inclusión financiera.

- (65) Ninguno de los tres segmentos indicados será considerado mercado relevante en el análisis de la operación, dado el carácter residual de los mismos para la actividad de las partes (tarjetas: a nivel nacional, cuotas conjuntas inferiores al [0-5%] y adiciones inferiores al [0-5%]; TPVs: cuota conjunta a nivel nacional inferior al [0-5%] y adición inferior al [0-5%]; cajeros: cuota conjunta a nivel nacional inferior al [0-10%] y adición inferior al [0-5%]).

### **c) Seguros de vida y planes y fondos de pensiones**

- (66) En cuanto a la dimensión geográfica de los mercados de **producción y distribución de seguros de vida**, las autoridades de defensa de la competencia nacionales<sup>70</sup> y comunitarias<sup>71</sup> coinciden en señalar que los mercados de seguros de vida y no vida y los mercados de distribución de seguros tienen, por lo general, un ámbito nacional. Entre otras razones, debido a las diferentes estructuras de los mercados nacionales, las restricciones fiscales y, las diferencias regulatorias de cada país a las que se ven obligadas a adaptarse las entidades extranjeras, así como debido a la necesidad de canales de distribución adecuados y estructuras de mercado establecidas.
- (67) En el mismo sentido, tanto las autoridades nacionales como comunitarias coinciden en considerar que el mercado geográfico de **gestión de planes y fondos de pensiones** es de dimensión nacional<sup>72</sup>.
- (68) A nivel nacional, los mercados de producción de seguros (cuota conjunta inferior al [0-5%] y adición inferior al [0-5%] en seguros de vida) y distribución de seguros (cuota conjunta inferior al [0-5%] y adición inferior al [0-5%]), y de gestión y distribución de fondos y planes de pensiones (cuota conjunta inferior al [0-5%] y adición del [0-5%] en distribución de fondos y planes de pensiones) no serán considerados relevantes en el análisis de la operación, ya que la actividad de las partes en los mismos es residual.

---

<sup>69</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

<sup>70</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/1013/19 ABANCA / BCG; C/0901/17 Bankia/BMN; C/0698/15 GACM/RACC SEGUROS; C/0659/15 BBVA/CX VIDA/CX SEGUROS GENERALES; C/0582/14 IBERCAJA/CAJA BADAJOZ VIDA; C/0568/14 MAPFRE/BANKIA/ASEVAL/LAIETANA VIDA/LAIETANA GENERALES; C/0100/08 REALE/CAIXA TERRASSA/TERRASSA PREVISIÓ; C/0356/11 MUTUA MADRILEÑA/LA CAIXA/VIDACAIXA ADESLAS.

<sup>71</sup> IVM.759 SUN ALLIANCE/ROYAL INSURANCE; IV/M.862 AM/UAP; IV/M.5083 GrouPama/OTP Garantia; IV/M.2225, Fortis/ASR; IV/M.4713 Aviva/Hamilton; IV/M.6743 TALANX INTERNATIONAL/MEIJI YASUDA LIFE INSURANCE COMPANY/ HDI POLAND.

<sup>72</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/ BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN; C-0251/10 BANCO SABADELL/BANCO GUIPUZCOANO ; C/0227/10 GRUPO BANCA CÍVICA.

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **VI.1 Estructura de la oferta**

#### **a) Servicios bancarios**

- (69) Los servicios bancarios en España son prestados por bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito. Si bien cada una de estas instituciones tiene una naturaleza jurídica distinta, ofrecen los mismos servicios a los clientes finales<sup>73</sup>.
- (70) En los últimos años, el sector bancario español ha experimentado un proceso de consolidación para compensar la caída en los ingresos por comisiones y tipos de interés con estructuras más eficientes, reduciéndose el número de entidades. Así, en el año 2017, tuvieron lugar dos concentraciones bancarias<sup>74</sup>, en el año 2018 una<sup>75</sup>, en el año 2019 una<sup>76</sup>. Estas concentraciones bancarias, en el periodo 2017 y 2019, se reflejan en las cifras del índice de Herfindahl que construye el BCE y que pasaron, en el caso de España, de un HHI igual a 965 puntos en 2017 hasta un HHI de 1.110 puntos en 2019. Por otra parte, en el año 2021 ha tenido lugar otra concentración en el sector bancario<sup>77</sup>.
- (71) En el mercado de banca minorista, el BCE ha considerado, en los diversos informes emitidos en relación con operaciones de concentración de entidades financieras, que los depósitos y los préstamos son los productos más representativos de la competitividad de las entidades de crédito y ahorro, mientras que la emisión de tarjetas de crédito, el número de oficinas, cajeros u otros canales de distribución (móviles, internet), están directamente relacionados con lo anterior y son, por tanto, secundarios<sup>78</sup>.

Según las notificantes, UNICAJA BANCO y LIBERBANK no son competidores particularmente cercanos, sino más bien complementarios, en especial desde el punto de vista geográfico.

### **Banca minorista**

#### **i. Créditos**

- (72) Según los datos de 2020 aportados por las notificantes<sup>79</sup>, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería al [0-5%] en términos de créditos, siendo la adición de cuota de LIBERBANK del [0-5%].

---

<sup>73</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA; C/1013/19 ABANCA/ BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>74</sup> C/0901/17 BANKIA/BMN; C/0873/17 BANCO SANTANDER/SANTANDER ELAVON MERCHANT SERVICES – SEMS.

<sup>75</sup> C/0985/18 BANKINTER/EVO BANCO.

<sup>76</sup> C/1013/19 ABANCA/BCG.

<sup>77</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>78</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>79</sup> Las notificantes indican que no han podido aportar datos de competidores, ya que la fuente pública de la que se han extraído los datos (anuario estadístico de la AEB) no está disponible para 2020, no contando las partes con estimaciones internas.

Mercado nacional de banca minorista - créditos (en miles de euros y porcentaje)						
Entidad	2020		2019		2018	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
UNICAJA BANCO	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
LIBERBANK	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
<b>ENTIDAD RESULTANTE</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-5%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-5%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-5%]</b>
SANTANDER			[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BBVA			[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SABADELL			[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BANKINTER			[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
OTROS			[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[40-50%]
<b>TOTAL</b>	<b>1.249.300.462</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.199.374.610</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.215.967.886</b>	<b>100,00%%</b>

**FUENTE:** Información de Estado FI\_132.E para los datos de las Partes, del Banco de España para el total del mercado (4.28 Boletín Estadístico), del anuario estadístico AEB para competidores.

- (73) A nivel provincial, las cuotas resultantes más elevadas, según datos de 2020 de las notificantes, se muestran en la siguiente tabla, superándose el 30% del mercado minorista de créditos sólo en la provincia de Cáceres:

Provincias	Cuota de mercado provincial de créditos		
	Unicaja Banco	Liberbank	Entidad resultante
Cáceres <sup>80</sup>	[0-10%]	[20-30%]	<b>[30-40%]</b>
Salamanca	[10-20%]	[0-5%]	[20-30%]
Zamora	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]
Palencia	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]
Málaga	[20-30%]	[0-5%]	[20-30%]
Asturias	[0-5%]	[20-30%]	[20-30%]
León	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]
Ciudad Real	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]

- (74) A nivel provincial, el cálculo del índice HHI<sup>81</sup> concluye que existe una concentración elevada en el mercado de créditos en la provincia de Cáceres, tanto antes como después de la fusión, al superar el HHI de 1000 (HHI 1826,3) con un delta superior a 250 (delta 476,5) en 2019.

## ii. Depósitos

- (75) Según los datos de 2020 aportados por las notificantes, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería al [0-10%] en términos de depósitos, siendo la adición de cuota de LIBERBANK de [0-5%].

<sup>80</sup> En esta provincia la cuota agregada de los 4 mayores competidores es del **[CONFIDENCIAL ...%]**.

<sup>81</sup> De acuerdo con las Directrices de la Comisión Europea sobre la evaluación de las concentraciones horizontales, según las cuales deben evaluarse casos en los que los niveles de HHI y de variaciones del HHI (deltas) que resultan antes y después de la concentración son: i) HHI entre 1.000 y 2.000 y un delta superior a 250 o ii) HHI superior a 2.000 y un delta superior a 150.

Mercado nacional de banca minorista - depósitos (en miles de euros y porcentaje)						
Entidad	2020		2019		2018	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
UNICAJA BANCO	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
LIBERBANK	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
<b>ENTIDAD RESULTANTE</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>
SANTANDER	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]	[CONF.]	[20-30%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SABADELL	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
BANKINTER	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
OTROS	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[40-50%]	[CONF.]	[40-50%]
<b>TOTAL</b>	<b>1.409.285.165</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.268.803.376</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.212.998.907</b>	<b>100,00%</b>

**FUENTE:** Información de Estado FI\_132.E para los datos de las Partes, del Banco de España para el total del mercado (4.28 Boletín Estadístico), del anuario estadístico AEB para competidores.

- (76) A nivel provincial, la cuota resultante de la operación superará el 30% del mercado minorista de depósitos en las siguientes provincias:

Provincias	Cuota de mercado provincial de depósitos		
	Unicaja Banco	Liberbank	Entidad resultante
Cáceres <sup>82</sup>	[0-10%]	[30-40%]	<b>[40-50%]</b>
Salamanca	[30-40%]	[0-5%]	<b>[30-40%]</b>
León	[30-40%]	[0-5%]	<b>[30-40%]</b>

- (77) Adicionalmente, se ha realizado un análisis por HHI, concluyéndose que el mercado bancario estaba ya muy concentrado antes de la fusión analizada en la provincia de Cáceres, manteniéndose tras la misma, al superar el HHI de 2000 (HHI 2806,1) con un delta superior a 150 (delta 703,3) en depósitos en 2019.

### iii. Sucursales

- (78) Según los datos de 2020 aportados por las notificantes, a nivel nacional la cuota resultante de la operación ascendería a [0-10%] en términos de sucursales, siendo la adición de cuota de LIBERBANK del [0-5%].

Mercado nacional de banca minorista - sucursales (en número y porcentaje)						
Entidad	2020		2019		2018	
	Número	Cuota	Número	Cuota	Número	Cuota
UNICAJA BANCO	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
LIBERBANK	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]	[CONF.]	[0-5%]
<b>ENTIDAD RESULTANTE</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[CONF.]</b>	<b>[0-10%]</b>
CAIXABANK	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
SANTANDER	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]
BBVA	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]	[CONF.]	[10-20%]

<sup>82</sup> En Cáceres la cuota agregada de los 4 principales competidores es del [CONFIDENCIAL ...%].



BANKIA	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
SABADELL	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]	[CONF.]	[0-10%]
OTROS	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]	[CONF.]	[30-40%]
<b>TOTAL</b>	<b>22.299</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.851</b>	<b>100,00%</b>	<b>26.011</b>	<b>100,00%</b>

**FUENTE:** Información de Estado CK.DPM.302 y anuario de AEB para los datos de las Partes y del Banco de España para el total del mercado (4.47 Boletín Estadístico).

- (79) A nivel provincial, las cuotas resultantes más elevadas, según las notificantes, se muestran en la siguiente tabla, superándose el 30% del mercado minorista de sucursales en las provincias de Cáceres y Salamanca, si bien con adiciones distintas:

Provincias	Cuota de mercado provincial de sucursales		
	Unicaja Banco	Liberbank	Entidad resultante
Cáceres <sup>83</sup>	[10-20%]	[20-30%]	<b>[40-50%]</b>
Salamanca	[30-40%]	[0-5%]	<b>[30-40%]</b>
Málaga	[20-30%]	[0-5%]	[20-30%]
Asturias	[0-5%]	[10-20%]	[10-20%]
León	[20-30%]	[0-5%]	[20-30%]
Ciudad Real	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]

- (80) Se ha realizado un análisis del índice HHI para comprobar la concentración de banca minorista en dicha provincia y se concluye que con la fusión se supera el HHI de 2000 (HHI 2055,7) con un delta superior a 150 (delta 796,9) en sucursales en la provincia de Cáceres en 2019.
- (81) Dada la relevancia de la cuota de mercado que se alcanza en la provincia de Cáceres, así como el elevado grado de concentración provincial, se ha realizado un análisis detallado a nivel municipal por código postal (CCPP)<sup>84</sup>, en la medida en que las sucursales pueden resultar un proxy adecuado de los efectos sobre la actividad de depósitos y créditos en las zonas locales más afectadas por la concentración.
- (82) A partir de los **74 CCPP en los que se produce un solapamiento** de las partes, teniendo en cuenta la cuota conjunta de UNICAJA BANCO y LIBERBANK en cada uno de ellos, así como el número de competidores presentes, se observa que en 13 de ellos<sup>85</sup> la cuota conjunta sería igual o superior al 40%.
- (83) En 8 CCPP en los que las cuotas conjuntas se encuentran entre el 40% y el 45% habría dos o más competidores activos.

<sup>83</sup> En Cáceres están activos competidores como el Banco Santander (24,31%), Caixabank (11,76%), y BBVA (7,45%).

<sup>84</sup> La Autoridad de Competencia Británica (CMA), en su investigación sobre el mercado de banca minorista (*Retail banking market investigation*), ha señalado que la existencia de una amplia red de sucursales, a nivel local, es esencial para ser un competidor viable, indicando que la localización de dichas entidades es relevante tanto para PYMES como para personas físicas a la hora de cambiar de cuenta.

[https://assets.publishing.service.gov.uk/media/545aa20bed915d13800001a/Decision-MIR-Final\\_14.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/545aa20bed915d13800001a/Decision-MIR-Final_14.pdf)

<sup>85</sup> CCPP 06200, 06300 y 06400 en Badajoz; CCPP 24002 en León; CCPP 29631 en Málaga; CCPP 10170, 10600, 10630, 10640, 10700, 10830 y 10840 en Cáceres; CCPP 13120 en Ciudad Real.

- (84) En 5 CCPP de la provincia de Cáceres (de un total de 18 CCPP en los que hay solapamiento en dicha provincia) las cuotas conjuntas se encuentran entre el [50-60%] y el [60-70%]:
- En 2 CCPP se observa que estaría presente la nueva entidad y 2 competidores adicionales.
  - **En 3 CCPP quedaría presente la nueva entidad con un solo competidor en cada uno de ellos.**
    - o C.P. 10630: Cajalmendralejo
    - o C.P. 10640: Banco Santander
    - o C.P. 10830: Banco Santander

## **VI.2 Estructura de la demanda, canales de distribución y precios**

- (85) La demanda de los servicios de banca minorista está muy atomizada, al estar integrada principalmente por personas físicas y pequeñas y medianas empresas. Este perfil de demanda implica un elevado número de clientes, que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño, en comparación con otras actividades de los sectores bancario y financiero<sup>86</sup>.
- (86) Según las notificantes, la competencia entre los diferentes operadores se basa en su capacidad de transmitir seguridad y confianza a los clientes, pero también en la capacidad de ofrecer servicios personalizados y en condiciones ventajosas, que se ajusten a las necesidades de cada grupo de clientes y maximicen la rentabilidad. Desde este punto de vista, el éxito comercial de una empresa en el sector bancario pasa, en primer lugar, por el lanzamiento de nuevos productos y la modificación de las condiciones de los productos y servicios existentes que permitan optimizar la rentabilidad del cliente. En segundo lugar, dicho éxito comercial depende también de las formas y modalidades de relación con el cliente (a través de los diferentes canales descritos anteriormente), con especial énfasis hoy en día en la tecnología que ha desarrollado la entidad para ello.
- (87) En el área de banca minorista, tanto UNICAJA BANCO como LIBERBANK, distribuyen sus productos a través de una amplia red multicanal formada por i) red de sucursales bancarias; ii) red de agentes financieros; iii) canal de banca por internet; iv) aplicaciones de banca móvil; v) canal de banca telefónica, y vi) red de cajeros automáticos.
- (88) En los últimos años los avances tecnológicos han permitido un desarrollo importante en la prestación de servicios de banca minorista a través de canales distintos al tradicional (la oficina bancaria). En particular, cabe citar el autoservicio (los cajeros automáticos han incrementado sensiblemente las operaciones financieras que pueden gestionar), la banca telefónica, y —principalmente— la banca a distancia (*online* y móvil), hasta el punto de que algunos operadores ya actúan principalmente, o casi en exclusiva, a través de canales no tradicionales.

---

<sup>86</sup> Todo ello sin perjuicio de que la banca minorista suponga un porcentaje muy relevante de la actividad total del sector bancario, siendo el principal segmento del mismo.

- (89) Las notificantes indican que la crisis del COVID-19 y el confinamiento y distanciamiento social han dado lugar a cambios en los hábitos de consumo que han acelerado la tendencia hacia la banca *online*<sup>87</sup>.
- (90) Prueba de ello es, de acuerdo con las notificantes, el proceso paulatino de cierre o integración de sucursales<sup>88</sup> por parte de las principales entidades financieras españolas, dado que la banca minorista demanda cada vez menos gestiones presenciales, permitiendo la banca *online* prestar a los usuarios los mismos servicios bancarios que la sucursal tradicional y de forma más eficiente.
- (91) La política de precios en el sector bancario, según las notificantes, se realiza de manera individualizada para cada cliente en función de su vinculación con la entidad, de los productos contratados y de su rentabilidad global.
- (92) De acuerdo con las notificantes, en general, las entidades comunican periódicamente al Banco de España (BdE) información sobre las tarifas y tipos de interés que se aplican en sus distintos productos. No obstante, se trata de tipos de interés oficiales que constituyen únicamente el punto de referencia en la negociación de las condiciones a aplicar a un determinado cliente, sin que necesariamente deban considerarse representativas de las que se aplican, por ejemplo, a las cuentas importantes.
- (93) A este respecto, aunque tras la fusión, de acuerdo con lo ocurrido en otras operaciones de integración del sector financiero y asegurador, es posible que UNICAJA BANCO lleve a cabo un proceso de homogenización de sus tarifas, esta entidad no ha adoptado hasta el momento una decisión sobre una posible armonización ni, en concreto, sobre cómo ello podría afectar a los clientes actuales de LIBERBANK. En caso de que, finalmente, se decidiera un cambio en las tarifas y condiciones de contratación, éste sería comunicado a los clientes de acuerdo con lo previsto en la normativa aplicable.
- (94) LIBERBANK, por su parte, no ha adoptado ninguna política de comisiones y condiciones post-fusión, según lo indicado por las notificantes.
- (95) Por otro lado, se ha realizado por esta Dirección de Competencia un análisis comparativo de las políticas de comisiones y condiciones contractuales de los principales productos bancarios<sup>89</sup> del catálogo de las notificantes, del que se concluye, con carácter general, que UNICAJA BANCO ofrecería peores condiciones en cuentas corrientes, créditos y préstamos a personas físicas e hipotecas, siendo, en cambio, las condiciones ofrecidas en créditos y préstamos a Pymes más favorables.

---

<sup>87</sup> Se estima que más del 80% de los españoles emplea habitualmente la banca digital, de acuerdo con las notificantes: <https://newsroom.mastercard.com/eu/es/press-releases/la-banca-digital-ya-forma-partede-la-vida-cotidiana-de-los-espanoles-segun-un-estudio-de-mastercard/> ).

<sup>88</sup> En este sentido, las notificantes indican que carecen de un plan conjunto de reestructuración de sucursales post-fusión, por el escaso solapamiento geográfico y la alta complementariedad entre sus respectivas redes comerciales, entre otras razones. En el caso de UNICAJA BANCO, durante el primer trimestre de 2021, esta entidad ha llevado a cabo [CONF.] cierres de sucursales y oficinas y ha transformado [CONF] oficinas en agencias financieras, contemplando acometer más cierres a lo largo de 2021 en ejecución del proceso de racionalización de la red. LIBERBANK, por su parte, no ha realizado ningún cierre de oficinas en el primer trimestre de 2021, ni lo contempla en sus planes.

<sup>89</sup> Cuentas para particulares, PYMES y autónomos, tarjetas para particulares o personas jurídicas, depósitos a la vista, entre otros.

### VI. 3 Barreras a la entrada, competencia potencial

- (96) La liberalización del sistema financiero español resultado de la armonización europea, ha tenido como consecuencia la eliminación de gran parte de las barreras a la entrada en el sector bancario, teniendo los operadores fácil acceso a la tecnología y a la información necesaria. Actualmente no existen barreras tecnológicas o legales a la entrada más allá de las derivadas de los requisitos legales para la prestación de actividades bancarias, recogidos en el Capítulo II de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades de crédito, y en el Real Decreto 84/2015, que la desarrolla<sup>90</sup>.
- (97) Además, de acuerdo con lo recogido en el informe aportado por el BdE en la presente operación, las actividades bancarias y de pagos pueden ser también realizadas en España por otras entidades de la UE o de fuera de la UE, a través de sucursales o en libre prestación de servicios.
- (98) El establecimiento de una red de distribución de productos bancarios tampoco constituye una barrera importante de entrada al mercado de la banca minorista. Los avances tecnológicos y el uso generalizado de internet han permitido que se presten servicios de banca minorista, además de a través de las tradicionales oficinas bancarias, empleando canales alternativos, como cajeros automáticos que han incrementado el número de operaciones que pueden gestionar, la banca telefónica, la banca móvil o la banca *on-line*, entre otros.
- (99) En los últimos años han entrado en el mercado nuevos operadores bancarios que operan única o fundamentalmente en el canal de internet, como ING Direct, OpenBank, ActivoBank o EVO<sup>91</sup>. Asimismo, para los nuevos operadores existe la posibilidad de concluir acuerdos de colaboración con entidades que disponen de redes de distribución propias, incluso ajenas al mercado bancario.
- (100) En este sentido, las notificantes señalan la importancia de los neobancos<sup>92</sup>, indicando que actualmente ofrecen servicios en España al menos 15 bancos “*no tradicionales*”, de los cuales hay 12 que han entrado en el mercado en los últimos tres años, mientras que hay tres entidades con una trayectoria más consolidada (ING Direct, EVO y Wizink).
- (101) Entre estos nuevos operadores, cabe mencionar entidades cuya única actividad es la de poseer una red de cajeros que ponen a disposición de los usuarios de todas las entidades bancarias, así como de las propias entidades bancarias, a través de acuerdos en los que se establecen comisiones más ventajosas. En España operan actualmente dos entidades de este tipo, Cardtronics Spain, con aproximadamente 1.000 cajeros automáticos en toda España<sup>93</sup>, y Euronet Worldwide<sup>94</sup>, que cuenta con una red de más de 3.000 cajeros en todo el territorio nacional<sup>95</sup>.

---

<sup>90</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/1013/19 ABANCA/ BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN.

<sup>91</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA ; C/1013/19 ABANCA/ BCG; C/0901/17 BANKIA/BMN

<sup>92</sup> Destacando N26 y Revolut (lanzados en 2017), que conjuntamente contaban con 950.000 clientes en España en 2020.

<sup>93</sup> <http://www.cardtronics.es/es/about/about-cardtronics.html>

<sup>94</sup> <https://www.euronetatms.es/cajeros-automaticos-para-la-comunidad/>

<sup>95</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

- (102) Entre estos nuevos operadores, cabe mencionar entidades cuya única actividad es la de poseer una red de cajeros que ponen a disposición de los usuarios de todas las entidades bancarias, así como de las propias entidades bancarias, a través de acuerdos en los que se establecen comisiones más ventajosas. En España operan actualmente dos entidades de este tipo, Cardtronics Spain, con aproximadamente 1.000 cajeros automáticos en toda España y Euronet Worldwide, que cuenta con una red de más de 3.000 cajeros en todo el territorio nacional.
- (103) En relación con la disposición de efectivo, existe una alternativa a la clásica operativa a través del cajero automático o del servicio de caja en la oficina bancaria. Recientemente implantado en España, este servicio es el denominado cashback. ING Direct fue pionero en ofrecerlo en España, a través de su aplicación Twyp, compatible con cualquier banco, que permite la retirada gratuita de efectivo en ciertos supermercados y gasolineras al realizar una compra, sin importe mínimo. Por su parte, BNP ha presentado recientemente un neobanco, Nickel, para prestar servicios bancarios básicos a través de la red de estancos y loterías.
- (104) En la misma línea, ha comenzado a operar recientemente en España Viafintech, compañía digital especializada en la prestación de servicios de retirada e ingreso de dinero en efectivo a través de redes no bancarias, como supermercados o gasolineras. Esta compañía ofrece una solución tecnológica que cada entidad puede integrar dentro de su propia aplicación móvil, y dispone de 3.000 puntos de venta en España a través de estas alianzas<sup>96</sup>.
- (105) Por otro lado, Banco Santander y Correos han firmado recientemente un acuerdo para ofrecer servicios de retirada e ingreso de efectivo en todos los puntos de atención al ciudadano de Correos<sup>97</sup> y para llevar dinero a cualquier domicilio de España a través de sus carteros. Se podrá hacer a través de la app con el DNI y la tarjeta del Banco Santander<sup>98</sup>. Además, no existen barreras específicas vinculadas al cambio de clientes entre entidades minoristas, dado que el marco normativo actual ha reducido los costes de cambio<sup>99</sup> en lo relativo, entre otros productos, a cuentas corrientes, fondos de inversión, planes de pensiones e hipotecas. Ello significa que los clientes pueden escoger su proveedor financiero en cualquier momento, sin más limitaciones que las establecidas por el marco legal actual.
- (106) En este sentido, según las notificantes, los costes de cambio de proveedor son muy limitados, tanto por la existencia de múltiples operadores bancarios alternativos, como porque no existen penalizaciones significativas más allá de posibles cláusulas de penalización estándar que puedan aplicarse en supuestos de devolución anticipada de préstamos<sup>100</sup>.

---

<sup>96</sup> Ibid.

<sup>97</sup> Según las notificantes, en el buscador de oficinas del Banco Santander ya aparecen oficinas de Correos.

<sup>98</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

<sup>99</sup> Por todas, resoluciones del Consejo de la CNMC de 23 de marzo de 2021 en el Expediente C/ 1144-20 Caixabank/Bankia ; de 16 de abril de 2019 en el Expediente C/1013/19 Abanca/BCG, y de 14 de diciembre de 2017 en el Expediente C/0901/17, Bankia/BMN.

<sup>100</sup> Por todas, Decisión de la Comisión Europea de 14 de septiembre de 2017 en el asunto M.8414 DNB/Nordea/Luminor.

- (107) Además de los citados neobancos, las notificantes indican que ofrecen servicios financieros en España, principalmente a particulares y PYMES, más de 350 *fintechs*, favorecidas por la regulación que fomenta su competencia directa con los bancos tradicionales<sup>101</sup>.
- (108) Tal y como recoge el informe del BdE aportado en la presente operación, alrededor del 10% de usuarios españoles de apps bancarias son también usuarios de apps *Fintech*, porcentaje muy superior al de otros países de la UE, como Italia, Francia o Alemania. En dicho informe, el BdE reconoce que “[n]ormalmente, estos nuevos actores no tratan de ofertar un catálogo completo de servicios financieros, sino que suelen aprovechar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para dirigir sus servicios hacia nichos muy concretos”, dando lugar, a menudo, a una desagregación de la cadena de valor. “En otras palabras, se ha pasado de una situación en la que muchos usuarios interactuaban casi en exclusiva con una única entidad financiera, a un contexto en el que un usuario puede, por ejemplo, tener una cuenta en una entidad, ordenar sus pagos a través del interfaz que le proporciona otro proveedor y emplear el instrumento de pago que le facilita un tercero”.
- (109) Por lo que respecta a las *fintechs*, en línea con el último precedente de la CNMC en el sector bancario<sup>102</sup>, no puede concluirse que las *Fintech* jueguen, en el momento actual, un papel determinante frente a las entidades financieras tradicionales, a pesar de su proliferación en los últimos años. “Más bien, como señala una de las asociaciones del sector, las *Fintech* “son complementarias al sector financiero; gracias a ellas, se llevan a término proyectos con una fuerte colaboración entre bancos y *Fintechs*”, lo que apoya una de las asociaciones de banca al señalar que “algunas de estas empresas están focalizando su actividad en ofrecer soluciones a las entidades de crédito ya establecidas”, y de cara al futuro si prevén que “el uso de las entidades financieras 100% digitales (*Fintechs* o banca tradicional) se hará común y extensivo”<sup>103</sup>.
- (110) En cuanto a las grandes compañías tecnológicas (Google, Amazon, Facebook o Apple) (“*Bigtech*”), según las notificantes, están traspasando las fronteras de su ámbito de actuación tradicional y adquiriendo una importancia creciente en nichos rentables del negocio bancario, ya que tienen gran experiencia de usuario, prestigio entre sus clientes, una gran capacidad tecnológica y de inversión, y pleno acceso a cantidades masivas de datos de los usuarios de sus plataformas.
- (111) Por otra parte, las notificantes indican que las *Bigtech* están desarrollando nuevos modelos de negocio beneficiándose de la denominada “desintermediación de la cadena de valor en el sector financiero”, además de una regulación europea de apoyo a la entrada de operadores alternativos a los

<sup>101</sup> Entre otros, la Directiva (UE) 2015/2366 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015 sobre servicios de pago en el mercado interior (PSD2), transpuesta en España a través del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, que ha obligado a las entidades bancarias a dar acceso a las cuentas de sus clientes o a la información sobre estas a los nuevos prestadores de servicios de iniciación de pagos; el *Action Plan* de la Comisión Europea de marzo de 2017, sobre estrategia de la UE para fortalecer el mercado único de servicios financieros minoristas, que fomenta expresamente la entrada de entidades *fintech*.

<sup>102</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>103</sup> Ibid.

bancos, como se ha indicado con anterioridad. Por todo ello consideran que las *Bigtech* ya constituirían una importante amenaza competitiva para los operadores tradicionales.

- (112) Con respecto a las *Bigtech*, el informe del BdE aportado en la presente operación ha señalado que *“[e]n principio, la irrupción de las bigtech se asocia con un mayor dinamismo del mercado, que facilitaría el acceso, la innovación y reduciría los puntos de fricción. Sin embargo, las fuertes economías de red, de escala, de alcance y de aprendizaje que caracterizan a estos ecosistemas implican un futuro incierto. En concreto, pueden imaginarse escenarios en los que la consolidación de la posición de dominio de las bigtech en los servicios financieros amenace la posibilidad de rivalidad efectiva”*.
- (113) Adicionalmente, de acuerdo con el último precedente anteriormente citado de la CNMC en el sector bancario<sup>104</sup>, *“de momento, la presencia de éstas (las Bigtech) no es una realidad en todos los mercados financieros, ni por lo tanto suponen actualmente una amenaza competencial real para las entidades financieras en particular en banca minorista en España”*.

#### VI.4 Eficiencias

- (114) Las notificantes consideran que la operación de concentración dará lugar a importantes ahorros de costes<sup>105</sup> para la entidad resultante derivados de las sinergias entre las bases de costes de las entidades, siendo éstas complementarias desde un punto de vista geográfico y respecto a la clientela. En este sentido, las notificantes destacan que, si bien el solapamiento geográfico entre UNICAJA BANCO y LIBERBANK es limitado, pues no existen prácticamente duplicidades en la mayor parte de las regiones, la operación puede dar lugar a ahorros en servicios centrales, ahorros por el aprovechamiento de economías de escala y la negociación de mejores condiciones con proveedores, ahorros generales por la aplicación de mejores prácticas de optimización del gasto<sup>106</sup>, así como ahorros derivados de la unificación de procesos de digitalización.
- (115) Las notificantes se refieren, por otra parte, a que la operación tendrá igualmente como resultado una sólida posición de solvencia de la entidad resultante<sup>107</sup>, así como un aumento de los ratios de cobertura de los *non-performing assets*<sup>108</sup> y de los préstamos dudosos<sup>109</sup>, siendo éstas superiores a las de otros competidores con cuotas más elevadas. Adicionalmente, la entidad resultante aumentará las provisiones por deterioro del crédito debido al Covid-19 hasta un

<sup>104</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>105</sup> Las partes han cuantificado de forma cautelara estas sinergias en 192 millones de euros en 2023, indicando que se reducirá la base de costes de la entidad resultante de 961 a 769 millones de euros. Las notificantes manifiestan que estas sinergias, que suponen alrededor del 17% de la base de costes de la entidad resultante, son considerablemente superiores a las anunciadas en otras transacciones bancarias llevadas a cabo en los últimos años, en las que la media de ahorro de las transacciones fue del 7,5%.

<sup>106</sup> C/0611/14 BBVA Catalunya Banc.

<sup>107</sup> De acuerdo con las notificantes, el ratio CET1 FL (principal medida de fortaleza para medir la solvencia de una entidad) de la entidad resultante será del 12,4%, superior a otras entidades con cuotas más elevadas.

<sup>108</sup> Hasta un 67%.

<sup>109</sup> Hasta un 72%.

- 0,8% del total de préstamos brutos a la clientela, con coberturas más elevadas que las de entidades comparables.
- (116) No se han apreciado motivos para dudar de las estimaciones que realizan las notificantes, ya que están recogidas de forma detallada en la presentación de la operación a los inversores, de fecha 30 de diciembre de 2020, por lo que cabe concluir que estas eficiencias se deben específicamente a la operación y no pueden obtenerse por medios alternativos.
- (117) En cuanto al traslado de dichas eficiencias a los consumidores, las partes estiman que, dado el alto nivel de competencia en el sector bancario español, las mencionadas eficiencias de costes se trasladarán a los consumidores. Citan en este sentido un estudio del BdE<sup>110</sup>.
- (118) Las notificantes se refieren, igualmente, a la mayor capacidad financiera con la que contará la entidad resultante para emprender su transformación digital, gracias a la puesta en común de los recursos financieros de UNICAJA BANCO y LIBERBANK. La mejora en la prestación de servicios digitales de la entidad resultante supondrá un beneficio directo para los consumidores, ya que podrán optar a una mayor variedad y calidad de los servicios, pudiendo seguir beneficiándose, al mismo tiempo, del modelo de negocio de UNICAJA BANCO.
- (119) Este traslado de eficiencias a los consumidores, no siendo cuantitativas, sino cualitativas, es más ambiguo y difícil tanto de estimar como de verificar. Las notificantes no han comunicado ningún traslado de eficiencias a los consumidores en forma de menores precios.
- (120) Las notificantes mencionan, adicionalmente, que la entidad resultante se beneficiará de un mejor acceso a los mercados de capital y a los mercados de deuda, pudiendo gozar de una posición holgada de liquidez. Esta mayor capacidad para financiarse en los mercados debería a su vez facilitar la financiación de la actividad productiva tanto a particulares como a empresas.
- (121) Asimismo, según las notificantes, la operación permitirá a la entidad resultante reducir la diferencia de cuota de mercado con las principales entidades bancarias en segmentos no tradicionales, por lo que contribuirá a aumentar la presión competitiva sobre estas entidades.
- (122) En cualquier caso, los posibles problemas derivados de la concentración en determinadas zonas (códigos postales de la provincia de Cáceres), que se expondrán a continuación, identificados tras analizar las cuotas de mercado y los índices HHI, están geográficamente localizados mientras que las eficiencias comunicadas por las notificantes se generarían a nivel corporativo y se aplicarían de manera transversal en todas las zonas donde la nueva entidad tuviera actividad. Por tanto, no es posible concluir que dichas eficiencias serían capaces

---

<sup>110</sup> S. Mayordomo, N. Pavani, y E. Tarantino, “*The Impact of Alternative Forms of Bank Consolidation on Credit Supply and Financial Stability*”, Documento de Trabajo del Banco de España, 2021 (disponible en <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSerias/DocumentosTrabajo/20/Files/dt2021e.pdf>, p. 40).

Según dicho estudio, « *...bank mergers can be effective in improving financial stability, especially as a remedy to crises produced by banks' excessive risk taking. Our welfare analysis documents that shortrun welfare gains from improved financial stability outweigh losses from reduced credit supply. In the long run, even small cost efficiencies generate substantial increases in borrower and total surplus* ».



de compensar por sí solas los problemas generados por la concentración en los CCPP más afectados.

## VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS

- (123) La operación propuesta consiste en la fusión por absorción de LIBERBANK (sociedad absorbida) por UNICAJA BANCO (sociedad absorbente). La Operación constituye por tanto una fusión entre sociedades anteriormente independientes en el sentido del artículo 7.1.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, y afecta a la totalidad de las empresas partícipes.
- (124) Los efectos de la operación se centran en el sector bancario y, especialmente, en el mercado de banca minorista, en particular, en la provincia de Cáceres.
- (125) A nivel nacional, las cuotas de mercado resultantes de la operación no resultan relevantes, siendo éstas de [0-5%] en créditos, de [0-10%] en depósitos, y de [0-10%] en sucursales, siendo en todos los casos la adición de LIBERBANK inferior al [0-5%] y existiendo competidores importantes, como Banco Santander, BBVA o Caixabank.
- (126) A nivel provincial, las cuotas son más elevadas, superándose el 30% del mercado minorista de **créditos** sólo en la provincia de Cáceres (cuota del [30-40%] con adición de LIBERBANK del [20-30%]<sup>111</sup>). Esta cuota no se considera especialmente preocupante y refleja, además, en gran medida, la asunción por parte de UNICAJA BANCO de la posición que ostentaba LIBERBANK en dicha provincia<sup>112</sup>, existiendo, por otra parte, suficiente presión competitiva en este segmento.
- (127) En el caso de los **depósitos**, a nivel provincial se alcanzan cuotas superiores al 30% en León (cuota del [30-40%] con adición de LIBERBANK del [0-5%]) y Salamanca (cuota del [30-40%] con adición de LIBERBANK del [0-5%]), y excediendo el 40% en Cáceres (cuota del [40-50%]<sup>113</sup> con adición de LIBERBANK del [30-40%]<sup>114</sup>).
- (128) La cuota resultante en Salamanca y León no resulta preocupante, ya que la adición de LIBERBANK es muy residual (inferior al [0-5%]), lo que supone en la práctica el mantenimiento de la posición de UNICAJA BANCO en las citadas provincias. Existe, por otra parte, suficiente presión competitiva en las citadas provincias, pues la cuota de los 4 principales competidores de las notificantes es superior a la de la entidad resultante en ambas provincias.
- (129) En cuanto a la cuota resultante en Cáceres, ésta no supone un cambio significativo en la estructura competitiva del mercado, ya que la adición de UNICAJA BANCO en dicha provincia es inferior al [0-10%], asumiendo UNICAJA BANCO la posición de LIBERBANK en la misma, dado que LIBERBANK ya era la primera operadora en la captación de depósitos en dicha provincia antes de la

---

<sup>111</sup> Según el BdE, cuota del [30-40%] con adición de LIBERBANK del [20-30%].

<sup>112</sup> Esta situación se ha analizado en precedentes previos, no habiéndose identificado riesgos para la competencia : por todos, C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA ; C/0455/12 IBERCAJA BANCO/LIBERBANK/BANCO GRUPO CAJATRES ; C/1013/19 ABANCA / BCG.

<sup>113</sup> Cuota del [40-50%] según el BdE.

<sup>114</sup> Adición del [40-50%] según el BdE.

- operación, teniendo por sí sola una cuota superior a los 4 principales competidores de las notificantes.
- (130) En el caso de las **sucursales**, la cuota resultante es superior al 30% en Salamanca, pero con una adición residual (cuota del [30-40%] con adición de LIBERBANK del [0-5%]), y excede del 40% en Cáceres (cuota del [40-50%] con adición de LIBERBANK del [20-30%]), donde sí se produce cierto refuerzo de la posición no irrelevante que ya ostentaba UNICAJA.
- (131) Con respecto a la cuota resultante en Cáceres, partiendo del análisis de HHI realizado, que confirma la elevada concentración existente en Cáceres, de acuerdo con las Directrices de la Comisión Europea sobre la evaluación de las concentraciones horizontales, se ha realizado un análisis detallado a nivel municipal por código postal en los códigos postales (CCPP) de esta provincia en los que se producirá solapamiento de sucursales en ambas entidades.
- (132) A partir de 18 CCPP en los que se produce solapamiento en la provincia de Cáceres, teniendo en cuenta además la cuota conjunta de UNICAJA BANCO y LIBERBANK en cada uno de ellos, así como el número de competidores presentes, se observa que en 5 de ellos las cuotas conjuntas se encuentran entre el [50-60%] y el [60-70%]. De estos 5 CCPP, hay 3 de ellos <sup>115</sup> que presentan un mayor riesgo, pues sus cuotas conjuntas son del [60-70%], y quedará la entidad resultante y un solo competidor como resultado de la fusión. Cabe mencionar que, de acuerdo con la información aportada por el BdE<sup>116</sup>, tanto en el CCPP 10640 como en el 10830, el competidor Banco Santander ejerce la actividad bancaria a través de un agente financiero, tras transformar ambas sucursales en 2014 y 2017, respectivamente.
- (133) **En estos 3 CCPP de la provincia de Cáceres se observa un posible riesgo para la competencia**, ya que la entidad resultante quedará en situación de duopolio. Dicha reducida presión competitiva otorgará a la entidad resultante un elevado poder de mercado que podría influir en su comportamiento en estos CCPP, con posibles efectos adversos para los consumidores ubicados en dichos CCPP, en la medida en que únicamente habrá un competidor que pueda disciplinar su comportamiento.
- (134) Con el objetivo de analizar en profundidad cada uno de los CCPP identificados y evaluar los riesgos reales en cada uno de ellos, se solicitó a las notificantes la realización de un análisis por isócronas de 1,5 km<sup>117</sup> para cada uno de esos 3 CCPP. Tras dicho análisis no se identifican entidades bancarias adicionales presentes en dichas isócronas, si bien las notificantes identifican que en 2 de los 3 CCPP están activas otras fuentes de presión competitiva: en el CCPP 10640, una oficina de Correos con agente del BANCO SANTANDER y un cajero del BANCO SANTANDER, y en el CCPP 10830, una oficina de la entidad aseguradora Mapfre.
- (135) A este respecto, las partes han señalado que consideran restrictivo el análisis a un nivel tan desagregado, tanto por la gran utilización en España de la banca

---

<sup>115</sup> CCPP 10630 ; CCPP 10640 y CCPP 10830.

<sup>116</sup> Folio 4967.

<sup>117</sup> Siguiendo el precedente C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

online, como por el carácter habitual en zonas rurales de los desplazamientos entre municipios para realizar gestiones y operaciones comerciales. Y entienden que un análisis competitivo realista debería tener en cuenta la presión competitiva de las oficinas de entidades bancarias ubicadas en códigos postales adyacentes<sup>118</sup>, siendo consistente con la práctica de la Comisión Europea en algunos de sus precedentes, así como con la práctica habitual de la CNMC en otros mercados minoristas, como el de la distribución minorista, en el que la práctica habitual de la autoridad nacional de competencia<sup>119</sup> es considerar una isócrona de 15 minutos en coche, ampliada normalmente a 30 minutos en coche en zonas rurales.

- (136) En consecuencia, las partes defienden que debería considerarse una isócrona superior a la de 30 minutos de desplazamiento en coche, en la medida en que los patrones habituales de desplazamiento de los habitantes de los mencionados códigos postales incluyen distancias más amplias.
- (137) No obstante, esta Dirección de Competencia considera que una distancia por carretera superior a 30 minutos no garantiza que los clientes puedan barajar como viables las opciones competidoras, siendo deseable, especialmente en zonas rurales caracterizadas por el envejecimiento de la población y posibles limitaciones de movilidad, que se tengan en cuenta distancias a pie razonables. Por ello, se considera que un análisis de isócronas de 1,5 km, que supone tener que desplazarse una distancia a pie de 20 minutos hasta la sucursal más cercana, representa un análisis adecuado<sup>120</sup>.
- (138) En lo que respecta a la presión competitiva ejercida por las oficinas de Correos, las partes indican que el Banco Santander y Correos han firmado un acuerdo para ofrecer servicios de retirada e ingreso de efectivo en todos los puntos de atención al ciudadano de Correos<sup>121</sup> y para llevar dinero a cualquier domicilio de España a través de sus carteros<sup>122</sup>. En cuanto a los cajeros automáticos, de acuerdo con las notificantes, éstos realizan muchas de las funciones para las que tradicionalmente era necesaria una oficina bancaria, ya que además de la retirada de dinero en efectivo, actualmente se puede ingresar dinero, realizar pagos o contratar préstamos preconcedidos. En relación con las agencias de entidades aseguradoras, las partes consideran que suponen una presión competitiva en distribución y contratación de seguros, además de ejercer una presión competitiva respecto a los productos de ahorro e inversión.
- (139) Esta Dirección de Competencia no considera, sin embargo, que los productos que puedan ofrecer oficinas de Correos, cajeros u oficinas de aseguradoras sean

---

<sup>118</sup> A tal efecto, aportan la distancia en línea recta y la distancia en coche (minutos y kilómetros) desde el término municipal al que pertenecen los códigos postales citados hasta las oficinas de competidores cercanos situadas hasta un máximo de 38 km en línea recta, y 43 minutos o 53,8 km en coche.

<sup>119</sup> C-0362/11 Uvesco/Ercoreca ; C-0600/14 DIA/Grupo El Árbol ; C-0634/15 DIA/Eroski (Activos).

<sup>120</sup> C/1144/20 CAIXABANK/BANKIA.

<sup>121</sup> En este sentido, las notificantes informan de que en el buscador de oficinas del Banco Santander ya constan oficinas de correos.

<sup>122</sup> Las notificantes indican que, adicionalmente, Correos ha implantado un proyecto piloto en la provincia de Jaén, de acuerdo con el cual los carteros podrán ofrecer en el domicilio de los ciudadanos servicios de pagos de recibos o facturas mediante los PDAs de los carteros. Tras la conclusión de este proyecto, se evaluará su extensión a otras provincias de España : <https://www.correos.com/sala-prensa/los-carteros-y-carteras-rurales-ofreceran-en-el-domicilio-muchos-de-los-servicios-que-se-prestan-en-las-oficinas/#>

- equiparables a los productos que se ofrecen en las sucursales de entidades bancarias.
- (140) Por otra parte, la posición de duopolio observada en los 3 CCPP mencionados de la provincia de Cáceres lleva a tener que analizar posibles riesgos de exclusión financiera o de empeoramiento de las condiciones comerciales en los citados CCPP, siendo ello analizado a continuación.
- (141) En relación con la **exclusión financiera**, de acuerdo con información aportada por las notificantes, durante los 3 primeros meses de 2021, UNICAJA BANCO ha realizado [CONF.] cierres de sucursales y oficinas, y ha transformado [CONF.] oficinas en agencias financieras<sup>123</sup>. Dicha entidad contempla llevar a cabo más cierres a lo largo de 2021 en ejecución del proceso de racionalización de la red<sup>124</sup>.
- (142) Las notificantes señalan que LIBERBANK, por su parte, no ha realizado ningún cierre de sucursales en el primer trimestre de 2021, ni contempla en sus planes cierres de oficinas.
- (143) Con respecto a la política de cierres de la entidad resultante, las notificantes indican que actualmente carecen de un plan conjunto de reestructuración de sucursales tras la fusión, debido, entre otras razones, al escaso solapamiento geográfico y la alta complementariedad entre sus respectivas redes comerciales.
- (144) En relación con el cierre de sucursales bancarias, cabe señalar que el BdE, en un estudio sobre el cierre de oficinas y el acceso al efectivo de los clientes<sup>125</sup>, ha señalado que la reducción del número de oficinas y cajeros no implica, necesariamente, un riesgo de exclusión financiera, dado que: (i) la banca ha desarrollado, asimismo, canales alternativos para dar servicio a poblaciones que se han quedado sin sucursal, como oficinas móviles (“*ofibuses*”) o agentes financieros; y (ii) otros agentes no bancarios están empezando a ofrecer el servicio de retirada de efectivo a través de cajeros automáticos multiuso o con motivo de una compra *cash-back*<sup>126</sup>.
- (145) Por otra parte, teniendo en cuenta que la entidad resultante no queda en situación de monopolio en ningún código postal como consecuencia de la operación de concentración, que LIBERBANK no ha realizado ni contempla realizar cierres de oficinas y que UNICAJA BANCO no ha cerrado hasta el momento sucursales en los 3 CCPP problemáticos de la provincia de Cáceres, ni ninguno de esos CCPP parece estar contemplado en los planes de racionalización de UNICAJA BANCO, esta Dirección de Competencia considera que la operación analizada no supondría un riesgo de exclusión financiera.
- (146) En relación con el posible **aumento de comisiones** de la nueva entidad o de **empeoramiento de las condiciones comerciales** de determinados productos

---

<sup>123</sup> Las notificantes aportan la relación completa de sucursales y oficinas ya cerradas o convertidas por UNICAJA BANCO durante 2021, ordenadas por municipio y código postal. Ninguno de estos cierres se ha producido en ninguno de los 3 CCPP problemáticos identificados en la provincia de Cáceres.

<sup>124</sup> [CONF.]

<sup>125</sup>

[https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/18/MAYO/Articulo\\_Jimenez\\_Tejero.pdf](https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/18/MAYO/Articulo_Jimenez_Tejero.pdf)

<sup>126</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA.

a los clientes de LIBERBANK en los 3 CCPP identificados de la provincia de Cáceres, de acuerdo con la información aportada por las notificantes sobre las principales características de la política comercial de los competidores activos en dichos CCPP, en dos de ellos se encuentra activo el Banco Santander, cuya oferta comercial es más amplia que la de las partes, estando presente en el otro CCPP Cajalmedralejo, entidad local con fuerte implantación en Extremadura, especialmente competitiva en el sector agro, siendo un competidor relevante de las partes en dicha comunidad autónoma. Si bien podría pensarse que las cajas rurales pudiesen ofrecer servicios más ventajosos, análisis recientes han permitido concluir que los productos que ofrecen las cajas rurales no serían, en diversos casos, más atractivos, ya que incluyen condiciones de vinculación más estrictas para poder evitar el pago de comisiones, frente a la oferta de otras entidades bancarias<sup>127</sup>.

- (147) Sin embargo, a pesar de que no se crean situaciones de monopolio en esta operación, se considera, en línea con el reiterado reciente precedente analizado por la CNMC en este sector, que el riesgo de empeoramiento de condiciones comerciales y/o requisitos contractuales es elevado en los CCPP en los que la presencia de un único competidor puede resultar insuficiente para disciplinar la actuación de la entidad resultante.
- (148) UNICAJA BANCO ha señalado que la previsión es que las decisiones de política comercial se adopten por la entidad resultante tras la obtención de las autorizaciones regulatorias y, probablemente, una vez se produzca el cierre de la operación. Sin perjuicio de lo anterior, UNICAJA BANCO considera que, tras el cierre, es previsible que la entidad resultante mantenga los productos de ambas entidades, salvo que existan duplicidades sustanciales, en cuyo caso, UNICAJA BANCO prevé que se prioricen sus actuales productos, salvo que la entidad resultante considere que el producto actualmente ofrecido por LIBERBANK sea más atractivo desde el punto de vista comercial.
- (149) A estos efectos, sobre la base de la información aportada por las notificantes, se han analizado las políticas de comisiones y condiciones contractuales de los principales productos ofrecidos por UNICAJA BANCO y LIBERBANK, concluyéndose de este análisis, con carácter general, que UNICAJA BANCO ofrecería peores condiciones en cuentas corrientes, créditos y préstamos a personas físicas e hipotecas, siendo, en cambio las condiciones ofrecidas en créditos y préstamos a Pymes más favorables.
- (150) A la vista de lo anterior, existe la posibilidad de que, en caso de duplicidades importantes en productos de ambas entidades UNICAJA BANCO priorice sus productos, que ofrecen en algunos casos peores condiciones que los de LIBERBANK, por lo que se considera que no se pueden descartar los riesgos de aumento de comisiones de la nueva entidad o de empeoramiento de las condiciones para los actuales clientes de LIBERBANK en determinados productos, en los 3 CCPP de Cáceres indicados, en los que sólo hay un competidor adicional y por tanto la presión competitiva podría ser baja, ya que la entidad resultante tendría la capacidad y los incentivos de subir comisiones y

---

<sup>127</sup> Ibid.

cambiar las condiciones de determinados productos con escaso riesgo de perder clientes en favor de otra entidad.

### **VII.1 Conclusión sobre los efectos de la operación en ausencia de compromisos**

- (151) La presente operación da lugar a la fusión de la séptima y la decimoprimera entidad bancaria del país. Como resultado de la fusión, esta Dirección de Competencia ha identificado una serie de riesgos derivados de la misma a la vista de la estructura competitiva que resulta en los 3 CCPP citados de la provincia de Cáceres (CCPP 10630, CCPP 10640 y CCPP 10830):
- a) El riesgo de que se produzca un **empeoramiento de las condiciones comerciales** para los actuales clientes de LIBERBANK en los 3 CCPP de la provincia de Cáceres en los que la entidad resultante, con cuotas por encima del 60%, pasa a estar en una situación de duopolio y, por tanto, con **escasa presión competitiva**.
  - b) El riesgo de que los clientes que tengan contratados productos de LIBERBANK sean **traspasados automáticamente** a los de UNICAJA BANCO que, en determinados casos tienen **condiciones comerciales menos ventajosas**, sin que exista una **transparencia suficiente** en las comunicaciones que se envíen a los clientes para que éstos puedan adoptar decisiones informadas sobre dichos cambios.

### **VIII. COMPROMISOS PROPUESTOS**

- (152) UNICAJA BANCO presentó, con fecha 14 de junio de 2021, una primera propuesta de compromisos, y posteriormente, con fecha **23 de junio de 2021**, presentó una nueva propuesta de compromisos con algunas modificaciones sobre la primera, de conformidad con lo previsto en el artículo 59 de la LDC y en el artículo 69 del RDC, que se resumen a continuación:

#### **1. Compromiso en relación con las comunicaciones a los clientes.**

- (153) La entidad resultante se compromete a comunicar a los clientes de LIBERBANK<sup>128</sup>, de forma transparente, los posibles cambios de condiciones en productos y servicios que sean modificados como consecuencia de la fusión. En particular, comunicará con carácter previo a la implementación de los cambios (i) las nuevas comisiones aplicables como resultado de una modificación de un producto o servicio derivada de la fusión, junto con la información correspondiente sobre las comisiones aplicadas antes de dicho cambio; ii) los productos ofrecidos a los clientes de UNICAJA BANCO para los que los clientes provenientes de LIBERBANK cumplan con los criterios de elegibilidad establecidos y sean equiparables, o mejores, a los productos que tengan contratados en LIBERBANK; iii) que las modificaciones entrarán en vigor en un plazo mínimo de 60 días en el caso de los clientes personas físicas (consumidores y autónomos) y de 30 días en el caso del resto de clientes; iv) los derechos que tiene el cliente ante un cambio de condiciones, y v) la libertad del

---

<sup>128</sup> Mediante una comunicación dirigida a los clientes provenientes de LIBERBANK que se vean afectados por la implementación de cambios de condiciones de sus productos.

cliente para cambiar de entidad bancaria. La entidad resultante se compromete, asimismo, a remitir a la CNMC un borrador de dicha comunicación para su aprobación, que se entenderá autorizado si en un plazo de 15 días hábiles la CNMC no ha expresado oposición o remitido comentarios.

- (154) Este compromiso es aplicable a todas las comunicaciones realizadas a los clientes de la entidad resultante, con independencia del medio por el que se realicen.
- (155) El compromiso no será de aplicación a:
- (i) las campañas de comunicación institucional o publicitaria que la entidad resultante realice de forma generalizada al público, o a un segmento del mismo;
  - (ii) las comunicaciones bilaterales e individualizadas entre un cliente y la entidad resultante (si bien estas comunicaciones respetarán en todo caso las obligaciones de este compromiso siempre que tengan un contenido equivalente al recogido en el mismo);
  - (iii) las comunicaciones de la entidad resultante dirigidas a las grandes empresas, entendiéndose por grandes empresas aquéllas que cumplan con cualquiera de los siguientes criterios: ocupen a más de 250 trabajadores, su volumen de negocios anual exceda de 50 millones de euros o su balance general anual exceda de 43 millones de euros.

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

- (156) La entidad resultante se compromete, en relación con los clientes procedentes de LIBERBANK de las oficinas situadas en los códigos postales de la provincia de Cáceres recogidos en el Anexo<sup>129</sup>, a ofrecer sus productos en condiciones comerciales no peores a las ofrecidas por la entidad resultante en el código postal en el que tenga la mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras.

### **Supervisión de los compromisos**

- (157) Se establece en los compromisos que la entidad resultante cooperará con la CNMC para acreditar el cumplimiento adecuado de los mismos y, con independencia de los requerimientos de información que se puedan formular, informará a la Dirección de Competencia aportando información sobre cada uno de los compromisos de la siguiente manera:
- En relación con el compromiso relativo a las comunicaciones a los clientes:
    - Además de los borradores de comunicaciones que se remitirán a la Dirección de Competencia de acuerdo con lo establecido en el apartado 3(C) del compromiso, la entidad resultante informará a esta Dirección del cierre de la operación, así como del envío efectivo de las citadas comunicaciones aportando certificación del envío de dichas

---

<sup>129</sup> CCPP 10630, 10640 y 10830.

comunicaciones en un plazo de 10 días desde el envío efectivo de las comunicaciones.

- Adicionalmente, la Entidad Resultante compartirá con la CNMC un borrador de las comunicaciones dirigida a los clientes provenientes de LIBERBANK que se vean afectados por cambios de condiciones de sus productos para su aprobación por la CNMC, considerándose aprobado dicho borrador si en un plazo de 15 días hábiles la CNMC no ha expresado oposición o remitido comentarios.
- En relación con el compromiso relativo a las condiciones comerciales ofrecidas en los CCPP con elevada cuota de concentración en sucursales:
- Con carácter semestral la Entidad Resultante proporcionará la información pertinente que acredite que, efectivamente, se cumple el compromiso relativo a las condiciones comerciales ofrecidas en los 3 CCPP de Cáceres identificados. Dicha información se referirá, por una parte, al conjunto de las oficinas bancarias de las partes ubicadas en los 3 CCPP identificados en el Anexo, y, por otra, al conjunto de oficinas ubicadas en el código postal que, a nivel nacional, en cada semestre aplicable, tenga mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras.

### **Revisión y duración de los compromisos**

- (158) El Consejo de la CNMC podrá, en respuesta a una petición razonada de la entidad resultante que demuestre una causa justificada, retirar modificar o sustituir uno o más de estos compromisos.
- (159) Una petición formulada con arreglo al apartado anterior no suspenderá ninguna de las obligaciones contraídas en virtud de los presentes Compromisos y, en particular, no suspenderá ninguno de los plazos en los que deban cumplirse dichas obligaciones hasta que se pronuncie el Consejo.
- (160) Los compromisos presentados entrarán en vigor en el momento en que se apruebe la presente operación.
- (161) Los compromisos relativos a las comunicaciones a clientes expirarán a los 18 meses desde que haya tenido lugar la aprobación de la operación.
- (162) Los compromisos relativos al mantenimiento de las condiciones comerciales ofrecidas en los 3 CCPP de la provincia de Cáceres en los que las partes alcanzan una elevada cuota de concentración en sucursales expirarán a los tres años, contados desde la fecha de autorización.

### **IX. VALORACIÓN DE LOS COMPROMISOS**

- (163) De acuerdo con el artículo 10 de la LDC, la CNMC valorará las concentraciones económicas atendiendo a la posible obstaculización del mantenimiento de una competencia efectiva en todo o en parte del mercado nacional.
- (164) El artículo 59 de la LDC prevé que, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las



- partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (165) La LDC atribuye a la Dirección de Competencia la competencia para valorar estos remedios y al Consejo la competencia para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones, si se considera que los compromisos presentados no son adecuados para resolver los problemas de competencia detectados.
- (166) Este modelo permite conjugar la salvaguarda de las condiciones de competencia en el mercado con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad a la hora de condicionar las operaciones de concentración.
- (167) En relación con la proporcionalidad, es importante recordar que los posibles remedios no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación.
- (168) Con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita la ejecución y vigilancia de los mismos. Asimismo, debe señalarse que el RDC, en su artículo 69.5, establece que los compromisos presentados en primera fase sólo podrán ser aceptados cuando el problema de competencia detectado sea claramente identificable y pueda ser fácilmente remediado.
- (169) En este sentido, en la presente operación de concentración, los riesgos para la competencia han sido claramente identificados y delimitados.
- (170) Un primer compromiso presentado tiene que ver con la **comunicación de los cambios en los productos a los clientes de LIBERBANK**. Este compromiso elimina, a juicio de esta Dirección, el riesgo que puede surgir de una comunicación poco clara que no favorezca que los clientes conozcan los cambios que se van a encontrar y sus posibilidades de elección ante dichos cambios.
- (171) Esta Dirección de Competencia considera fundamental que toda la información relativa a los posibles cambios en condiciones y productos como consecuencia de la fusión sea trasladada de forma adecuada, clara y transparente a los clientes afectados, debido a la complejidad jurídico- técnica de la información que debe comunicarse. Es, además, necesario que esto se produzca con anterioridad a que tengan lugar las modificaciones, y que toda la información reflejada en esa comunicación plantee de forma clara todas las opciones de cada categoría de producto para las cuales los clientes de LIBERBANK son elegibles tras la fusión y no refleje cuestiones meramente jurídicas difíciles de entender para muchos clientes.
- (172) El hecho de que la comunicación que se remita a los clientes deba ser analizada y autorizada previamente por la CNMC garantiza que los términos y el contenido de la misma serán adecuados y asegurará una correcta y completa comunicación a los clientes, por lo que esta Dirección de Competencia valora

positivamente este compromiso. Adicionalmente, se garantiza que los clientes de LIBERBANK conozcan cuáles son los productos equiparables que podrán contratar en la nueva entidad y, por tanto, no se verán automáticamente traspasados a productos que puedan ser peores que los que tenían, minimizando así el riesgo de empeoramiento de condiciones.

- (173) En relación con el compromiso de **mantenimiento de las condiciones comerciales a los clientes de los 3 CCPP de Cáceres de concentración elevada** en términos de sucursales, esta Dirección de Competencia considera que dicho compromiso es adecuado y permite eliminar los riesgos identificados en los CCPP en los que la entidad resultante se queda en situación de duopolio. Así, la garantía de ofrecer condiciones comerciales no peores en estos 3 CCPP a las ofrecidas por la entidad resultante en el código postal en el que esté presente y que tenga la mayor presencia física de oficinas de entidades financieras competidoras, es un compromiso adecuado para garantizar que las condiciones que se ofrecen allí donde la presión competitiva puede ser débil al existir un único competidor se alineen con las ofrecidas en entornos expuestos a alta presión competitiva.
- (174) Puesto que en estos 3 CCPP el riesgo identificado no es consecuencia de una situación de monopolio tras la fusión, sino de la alta cuota que alcanzaría la entidad resultante y de que la misma se queda en situación de duopolio, y debido a que en dichos CCPP sí existe al menos una alternativa a la oferta de productos de la entidad resultante, esta Dirección de Competencia considera este compromiso suficiente para mitigar el riesgo identificado. En efecto, debe tenerse en cuenta que en estos 3 CCPP hay un competidor adicional identificado en el mismo código postal, bien una sucursal, o bien un agente financiero, que puede ejercer cierta presión competitiva.
- (175) Por último, con respecto a la **duración de los compromisos**, esta Dirección de Competencia considera suficientes los plazos propuestos. Es razonable que el compromiso relativo a las comunicaciones a clientes expire al cabo de 18 meses, ya que es un tiempo adecuado para que se hayan producido los posibles cambios y éstos hayan sido debidamente comunicados a los clientes según se establece en el compromiso. En cuanto a la duración de 3 años para los compromisos relativos a las condiciones comerciales en los 3 CCPP de Cáceres en los que las partes alcanzan una elevada cuota de concentración en sucursales, quedando la entidad resultante en situación de duopolio, se considera también un plazo razonable para ver cómo evolucionan los mercados financieros, enfrentados a las rentabilidades decrecientes, así como la esperada entrada de las *Bigtech* y la consolidación del fenómeno *Fintech* en dichos mercados.
- (176) Por tanto, esta Dirección de Competencia considera que la propuesta final de compromisos aportada por la notificante con fecha 23 de junio de 2021 es adecuada, suficiente, proporcionada y eficaz para resolver adecuadamente los riesgos a la competencia detectados y directamente derivados de la presente operación de concentración.

**X. PROPUESTA**

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone autorizar la concentración, subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante con fecha 23 de junio de 2021, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.