

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 2 de diciembre de 2022, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición del 100% de las participaciones y derechos de voto de EVO PAYMENTS, INC. (EVO) por parte de GLOBAL PAYMENTS, INC. (GP) a través de la fusión de EVO con Falcon Merger Sub Inc. ("Merger Sub"), filial íntegramente participada por GP.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada 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 el artículo 8.1.a) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC).
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 2 de enero de 2023, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (4) La operación propuesta consiste en la adquisición de control exclusivo por parte de GP de EVO.
- (5) La operación se realizará mediante la compra del del 100% de las participaciones y derechos de voto de EVO por parte de GP a través de la fusión de EVO con Merger Sub, sociedad especialmente constituida para este fin y filial íntegramente participada por GP.
- (6) La operación se encuentra regida por el Acuerdo y Plan de Fusión celebrado entre GP, Merger Sub y EVO el 1 de agosto de 2022.
- (7) En consecuencia, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (8) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, puesto que no se superan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del citado Reglamento Comunitario.

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

4. EMPRESAS PARTÍCIPES

4.1. Adquirente: Global Payments Inc. (GP)

- (10) GP es un proveedor global de soluciones tecnológicas de pago que ofrece software y servicios innovadores a aproximadamente cuatro millones de comerciantes y a 1.350 instituciones financieras en más de 170 países en todo el mundo.
- (11) Su negocio principal consiste en proporcionar soluciones de negocio de adquierecia¹ (*merchant acquiring*) y de procesamiento de pagos a comerciantes y soluciones de procesamiento de tarjetas a instituciones financieras, y categoriza su oferta en tres segmentos clave: (i) soluciones para comerciantes, (ii) soluciones para emisores y (iii) soluciones para empresas y consumidores.
- (12) En España, GP está presente a través de (i) Comercia, (ii) MoneyToPay y (iii), de forma limitada, TSYS, y más allá, no presta servicios en España en otros sectores.
- (13) El volumen de negocios de GP en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del RDC es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GP (2021 – euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500.000.000]	[>250.000.000]	[>60.000.000]

Fuente: Notificante

4.2. Adquirida: EVO Payments Inc. (EVO)

- (14) EVO, una corporación de Delaware fundada en 1989 que actualmente cotiza en la bolsa de valores Nasdaq, presta servicios de adquierecia para comerciantes y servicios de procesamiento de pagos. Opera en 12 países y tiene capacidad para dar servicio a más de 50 países de todo el mundo.
- (15) Según la notificante, los servicios principales de EVO abarcan soluciones de adquierecia para comerciantes, incluyendo TPV físicos y virtuales.
- (16) Está presente en España principalmente a través de tres filiales:
- I. Universalpay Entidad de Pago, S.L.U. (UniversalPay), es una entidad de pagos (“EP”).
 - II. ClearOne, S.L.U. (ClearOne), una filial íntegramente participada por UniversalPay, desde que esta última la adquirió en 2018

¹ Servicios que se prestan a los comerciantes para que estos acepten pagos.

III. EVO Payments International, que también presta servicios de cajeros automáticos en España

- (17) El volumen de negocios de EVO en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del RDC es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE EVO (2021 – euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500.000.000]	[<250.000.000]	[<60.000.000]

Fuente: Notificación

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1 Mercados de producto

- (18) Las partes están activas en los siguientes sectores de actividad: (i) servicios financieros (excepto fondos de pensiones y seguros); (ii) otros servicios financieros; (iii) otras actividades auxiliares; (iv) edición de programas informáticos; (v) otras actividades profesionales, científicas y técnicas y (vi) otras actividades de apoyo a las empresas.
- (19) Existen solapamientos horizontales en las actividades de servicios de adquirencia para comerciantes; suministro y gestión de TPV y servicios de aceptación de comercio electrónico².
- (20) En lo que respecta a solapamientos verticales, de acuerdo con la notificante no existe solapamiento en ningún mercado verticalmente relacionado.

(A) Mercado de servicios de adquirencia para comerciantes

- (21) La notificante considera que el mercado de producto coincidiría con el mercado más amplio de servicios de adquirencia para comerciantes. Subsidiariamente, alega que, en caso de que la Dirección de Competencia (DC) estimase conveniente realizar una subsegmentación del mismo, el mercado debería comprender (i) la adquirencia para comerciantes en TPV y (ii) adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico.
- (22) Por otro lado, declara que cualquier otra segmentación puede dejarse abierta, ya que tal segmentación no afectaría materialmente el análisis de la CNMC de la operación analizada.
- (23) En lo que respecta a los precedentes, y más concretamente a los comunitarios, la Comisión Europea (CE)³ ha considerado previamente la existencia de un mercado relevante de producto respecto a los servicios de adquirencia para comerciantes, habiendo evaluado en sus precedentes si este mercado podía subdividirse en mercados más estrechos sobre la base de: (i) los tipos de sistemas de tarjetas de

² En las actividades distintas a estas, las cuotas de mercado son muy reducidas, inferiores al [0-5]%, y/o los solapamientos inexistentes o de escasa relevancia.

³ M.10075 – NEXI / NETS Group, párr. 16

pago (internacionales o nacionales); (ii) las marcas de las tarjetas de pago (por ejemplo, Visa o MasterCard); (iii) el tipo de tarjeta de pago (tarjetas de débito o de crédito); (iv) el pago físico a través de TPVs (“adquirencia para comerciantes en TPV”) o el pago basado en la web (“adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico”); (v) el tamaño del comerciante (por ejemplo, empresas grandes, pequeñas y medianas); y si el servicio se presta a nivel mayorista o minorista (es decir, bancos o comerciantes).

- (24) En el caso M.10075, quedó abierta la cuestión de si existen mercados de productos separados para las segmentaciones entre (i) tarjetas de crédito y de débito, (ii) marcas de tarjetas y (iii) sistemas de tarjetas de pago nacionales e internacionales, así como si la adquirencia por parte de los comerciantes del comercio electrónico podía subdividirse aún más.
- (25) Finalmente, la CE dejó abiertos todos estos segmentos con la excepción de dos: (i) adquirencia para comerciantes en TPV, y (ii) adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico. Desde la perspectiva de la Comisión, ambos constituyen segmentos del mercado de servicios de adquirencia para comerciantes, quedando abierta la cuestión de si estos mercados debían subdividirse en mayor medida⁴.
- (26) Por otro lado, la CNMC evaluó recientemente una operación que involucraba a Comercia, filial de GP en España, en relación con la adquirencia para comerciantes, y analizó el mercado global de adquirencia para comerciantes, sin realizar ninguna otra segmentación⁵.
- (27) Por tanto, se procederá a analizar el mercado de adquirencia para comerciantes a nivel general, así como los segmentos de TPV y comercio electrónico.

(B) Mercado de suministro y gestión de TPVs

- (28) Según la notificante, el mercado de producto relevante es el de suministro y gestión de TPV⁶, sin ulterior segmentación.
- (29) En lo que se refiere a precedentes, la CE⁷ ha considerado que el mercado de suministro y gestión de TPV es un mercado de producto distinto del mercado de servicios de adquirencia para comerciantes, considerando asimismo la posibilidad de distinguir dentro del suministro de TPV diversos subsegmentos por tipo de TPV (por ejemplo, TPV tradicionales, TPV móviles o TPV inteligentes) o en función del tamaño del cliente. La definición final de estos subsegmentos quedó finalmente abierta. Adicionalmente, la CE ha distinguido entre dos mercados relacionados verticalmente: el mercado de fabricación y suministro de TPV, y el mercado de suministro y gestión de TPV, y concluyó que para este último no era necesaria una mayor segmentación por tamaño de cliente o tipo de TPV⁸.

⁴ M.9776 – Worldline / Ingenico

⁵ Caso C/1229/21 – Comercia / Activos de CaixaBank

⁶ Los TPV son dispositivos electrónicos utilizados para procesar las transacciones con tarjeta en las tiendas físicas de los comerciantes.

⁷ M.10358 – Advent International / Eurazeo / Planet Payment Group.

⁸ M.9776 – Worldline / Ingenico, párr. 87.

- (30) En lo que respecta a precedentes a nivel nacional, la CNMC definió los TPV como parte de los servicios de adquirencia para comerciantes, y consideró la fabricación y suministro de TPV en lugar del suministro y gestión de TPV⁹.
- (31) Las partes afirman que ni GP ni EVO operan en el mercado para la fabricación y suministro de TPV en el EEE.
- (32) Por tanto, se analizará el mercado de suministro y gestión de TPV (y sus posibles subsegmentaciones).

(C) Mercado de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico

- (33) La aceptación de pagos de comercio electrónico es un servicio técnico que permite a los clientes seleccionar un método de pago e introducir sus datos de autenticación del pago a través de una página web.
- (34) Según la notificante, las partes ofrecen plataformas que comprenden servicios de portal de pago, infraestructura de aceptación de pagos al por menor y funciones de servicios de tecnología de pago que permiten a los comerciantes aceptar diversos métodos de pago, es decir, soluciones de comercio electrónico.
- (35) En lo que respecta a los precedentes, en el ámbito comunitario la CE ha considerado que la contratación de servicios de adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico se hacía por separado de la de servicios de aceptación de comercio electrónico y, por tanto, constituía un mercado distinto¹⁰. Asimismo, definió el mercado sin una mayor segmentación con base en la marca o el tipo de tarjeta, ya que la mayoría de los proveedores de aceptación de comercio electrónico permitían pagar con todas las tarjetas.¹¹
- (36) Consecuentemente, se procederá a analizar el mercado de producto de aceptación de pagos.

5.2 Mercados geográficos

(A) Servicios de adquirencia para comerciantes

- (37) Según la notificante, estos mercados deberían considerarse de dimensión nacional, tanto en la definición general como en los dos subsegmentos (adquirencia para comerciantes en TPV y adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico).
- (38) Con respecto a los precedentes, la CE¹² definió el mercado como nacional de forma general.
- (39) En lo que se refiere a los servicios de adquirencia para comerciantes en TPV (y todos sus posibles subsegmentos), lo definió con un alcance, como mínimo, nacional, estableciendo en contraposición que el mercado probablemente abarcaría todo el EEE al examinar el segmento de los servicios de adquirencia para

⁹ Caso C/0363/10 – Verifone Systems Inc. / Hypercom Corp. / Ingenico S.A., párr. 57–70; y, anteriormente, C/0032/07 – Ingenico S.A. / Sagem Monetel S.A. / Sagem Denmark S.A., pp. 5-6.

¹⁰ M.9776 – Worldline / Ingenico

¹¹ M.9776 – Worldline / Ingenico

¹² M.9776 – Worldline / Ingenico

comerciantes en el comercio electrónico. Sin embargo, la definición exacta quedó finalmente abierta¹³.

- (40) Por su parte, la CNMC, en el marco del expediente C/1144/20 CaixaBank / Bankia, señaló que se puede considerar una dimensión de alcance nacional e incluso extenderse a nivel europeo, recordando que en el asunto COMP/M.9776 Worldline S.A /Ingenico Group S.A. se citaba también la importancia en este mercado de tener presencia local.
- (41) La DC considera que la delimitación exacta del mercado geográfico puede dejarse abierta por cuanto adoptar un enfoque distinto no alteraría las conclusiones del presente análisis.

(B) Mercado de suministro y gestión de TPVs

- (42) La Notificante señala que este mercado es de dimensión nacional.
- (43) En lo que respecta a los precedentes, la CE concluyó que el mercado era probablemente de ámbito nacional¹⁴
- (44) La DC estima que la delimitación exacta del mercado puede dejarse abierta por cuanto no altera las conclusiones del análisis. Se analizará el mercado nacional y a nivel del EEE de suministro y gestión de TPVs, sin necesidad de cerrar la definición.

(C) Mercado de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico

- (45) La notificante considera que, teniendo en cuenta la participación marginal de las partes en esta actividad en España y consecuentemente la ausencia de efectos anticompetitivos, la definición de mercado de aceptación de pagos de comercio electrónico debería dejarse abierta.
- (46) En lo que respecta a precedentes, la CE definió el alcance geográfico de este mercado como de (al menos) el EEE, toda vez que muchos clientes emplean licitaciones a escala EEE y muchos proveedores ofrecen sus estos servicios en todos los países del EEE y no existen factores que restrinjan significativamente ni la contratación ni la provisión de estos servicios a lo largo del EEE¹⁵.
- (47) En este caso, esta DC estima que se puede dejar la definición a nivel geográfico abierta, en tanto no altera las conclusiones del análisis.

6. ANÁLISIS DEL MERCADO

6.1. Estructura de la oferta

- (48) Según la información aportada por la notificante, los servicios de adquirencia para comerciantes, los servicios relacionados de suministro y gestión de TPV y la

¹³ M.9776 – Wordline / Ingenico y Caso M.10075 – NEXI / NETS Group

¹⁴ M.10075 – NEXI / NETS Group, párr. 34; M.9776 – Worldline / Ingenico, párr. 65–73

¹⁵ M.9776 – Worldline / Ingenico, párr. 102–103

aceptación de comercio electrónico son altamente competitivos tanto a nivel nacional en España como de forma más general a nivel europeo.

- (49) La estructura de la oferta de estos mercados comprende a entidades financieras y otros proveedores de servicios de adquirencia para comerciantes que prestan estos servicios a los comerciantes y les permiten aceptar pagos con tarjeta en sus tiendas físicas y en línea, siendo el servicio subyacente prestado esencialmente el mismo.
- (50) Entre los competidores se encuentran empresas como Banc Sabadell, Banco Santander, BBVA, JP Morgan, Adyen, Stripe, Worldpay, Fiserv, Worldline, Square, SumUp y otros que prestan servicios a comerciantes españoles.

6.1.1. Cuotas de mercado

- (51) A continuación se recogen las estimaciones de cuotas de mercado de las partícipes y de sus competidores en los siguientes mercados:

(A) Mercados para el suministro de servicios de pagos por tarjeta - servicios de adquirencia¹⁶

A.1. Mercados de servicios de adquirencia para comerciantes (general)

- (52) La notificante afirma que no ofrece datos sobre las cuotas de mercado de las empresas competidoras, ya que no es posible estimarlas con los datos públicos disponibles. La notificante señala que la entidad resultante se enfrentará a una fuerte competencia en todos los segmentos del mercado por parte de numerosos competidores relevantes como Banc Sabadell, BBVA, JP Morgan Payments o Adyen, entre otros.
- (53) Las cuotas conjuntas en los mercados de servicios de adquirencia para comerciantes serían las siguientes: (i) en el mercado general a nivel nacional una cuota conjunta en valor en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%), (ii) en el mercado general a nivel nacional teniendo en cuenta únicamente los datos del STMP una cuota conjunta en valor en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%), y (iii) en el mercado general a nivel nacional una cuota conjunta en volumen¹⁷ (medido en número de transacciones y únicamente teniendo en cuenta los datos STMP en 2021 del [40-50]% (adición del [0-5]%).

¹⁶ La primera tabla de cada segmentación examinada está basada en las mejores estimaciones de Comercia que intentan abarcar el mercado en su totalidad incluyendo las transacciones no cubiertas por STMP. Esto se hace tomando en consideración la información emitida (volumen ejecutado por tarjeta) en comerciantes fuera del sistema STMP, así como la información de STMP. En la opinión de la notificante estas últimas estimaciones proporcionan la única imagen fiable de la estructura del mercado y de las cuotas de las partes. La notificante indica que no puede proporcionar estas estimaciones ajustando la información de STMP para cubrir el total del mercado en relación con el suministro y la gestión de TPV pero advierte la notificante que es un servicio cuyas dinámicas competitivas están estrechamente vinculadas con el mercado de adquirencia para comerciantes

¹⁷ La notificante ha proporcionado información con base en datos de volumen y de valor). Sin embargo, esta información relativa al volumen en estos mercados es a su juicio menos fiable pues no aprecia la significatividad del pequeño número de transacciones de elevado valor (y el valor de la transacción afecta de forma significativa a los ingresos y, en consecuencia, a la fuerza competitiva de los adquirentes de los comerciantes). Las cuotas por volumen, además, se facilitan con base en los datos de STMP, pues las Partes no pueden estimar los volúmenes de terceros, y proporcionan únicamente una visión parcial del mercado.

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (mercado total)		
Empresa	Adquirencia para comerciantes (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[20-30] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %
Total de mercado	287.759,00	100

Fuente: estimación propia (GP); informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); estimación de GP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre los competidores.

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (solo datos de STMP)						
Empresa	Adquirencia para comerciantes (2019) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2019)	Adquirencia para comerciantes (2020) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[30-40] %
Mercado Global	199.599,00	100	179.139,00	100	223.166,00	100

Fuente: estimación propia (GP); informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); STMP (total de mercado). No información pública disponible sobre los competidores.

Cuotas de mercado por volumen (núm. de transacciones) (solo datos de STMP)						
Empresa	Adquirencia para comerciantes (2019) (millones)	Cuotas de mercado (2019)	Adquirencia para comerciantes (2020) (millones)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (2021) (millones)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[40-50] %
Total de mercado	5.195,00	100	5.117,00	100	6.690,00	100

Fuente: estimación propia (GP); informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); STMP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre los competidores.

- (54) La notificante estima que la cuota de mercado combinada es inferior al 10% en el mercado de adquirencia para comerciantes a nivel del EEE. Informes preparados

por terceros relativos a este sector confirman esta conclusión, porque indican que la cuota de mercado de GP se situaría alrededor del [0-5] % y la de EVO, entre el [0-5] % y el [0-5]%, medidas todas ellas tanto en valor como en volumen.

- (55) Con respecto a las cuotas relativas al resto de subsegmentaciones planteadas por la CE en los diversos precedentes a los que se ha hecho referencia previamente, la notificante confirma que su cuota de mercado combinada no supera el [20-30] % ni en valor ni en volumen a nivel del EEE en el mercado de prestación de servicios de adquirencia para comerciantes en las siguientes subdivisiones: (i) tipo de tarjeta (crédito o débito), (ii) sistema de tarjeta (internacionales o nacionales), (iii) tamaño del comerciante cliente y (iv) prestación de servicios a nivel mayorista o minorista.
- (56) Para el mercado español aportan las siguientes cuotas, que suponen una cuota conjunta de [20-30]% y [20-30]% con adición de [0-5]% y [0-5]% en las subsegmentaciones según el sistema y tipo de tarjeta, respectivamente.

Servicios de adquirencia para comerciantes en España dividido por sistema de tarjeta				
2021	Visa		MasterCard	
	Valor de las transacciones (millones de euros)	Cuota demercado	Valor de las transacciones (millones de euros)	Cuota de mercado
GP	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30] %
Mercado total⁴⁴	[CONF.]	100%	[CONF.]	100%

Servicios de adquirencia para comerciantes en España dividido por tipo de tarjeta				
2021	Tarjeta de débito		Tarjeta de crédito	
	Valor de las transacciones (millones de euros)	Cuota de mercado	Valor de las transacciones (millones de euros)	Cuota de mercado
GP	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[20-30] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
Mercado total⁴⁵	172.500	100%	115.259	100%

- (57) En lo que respecta al resto de subdivisiones mencionadas, la notificante indica:
- (i) En lo que concierne a la distinción entre sistemas de tarjeta nacionales e internacionales, no existe en España un sistema de tarjetas nacional que opere como una alternativa completa para los sistemas internacionales, como Visa y MasterCard, siendo el equivalente nacional más próximo Sistemas de Tarjetas y Medios de Pago, S.A. (STMP), el cual depende

tecnológicamente de MasterCard y Visa y la CNMC no lo ha considerado como un sistema de pago completo y comparable con Visa y MasterCard. Como resultado de esta dependencia de STMP en sistemas internacionales (Visa y MasterCard), afirma la notificante que no es posible diferenciar entre las cuotas de los sistemas de tarjeta domésticos, por un lado, y los sistemas internacionales, por el otro. Por ello la cuota de mercado de las Partes en esta subdivisión es de [0-5]%, y la cuota combinada en la subdivisión relativa a los sistemas de tarjetas de pago internacionales sería la misma que para el mercado general de adquirencia para comerciantes ([30-40]%, tal y como se indicó)

- (ii) En cuanto a la distinción por tamaño del comerciante, la notificante afirma que no existe en el mercado información disponible ni propia ni de terceros que permita estimar o evaluar la cuota de mercado en este sub-segmento pero que no creen que las cuotas para esta segmentación sean significativamente diferentes en función del tamaño de los clientes.
- (iii) Lo mismo indica sobre la sub-segmentación en función de la prestación de servicios de adquirencia como mayoristas o minoristas, indicando que no cree que esta sub-segmentación sea una distinción significativa en España, donde las relaciones con los bancos se canalizan a través de acuerdos de comercialización o distribución en lugar de prestación mayorista de servicios. Asimismo, señala la notificante que Comercia no presta sus servicios de adquirencia para comerciantes a nivel mayorista a terceros, por lo que tiene una cuota de cero en este hipotético sub-segmento¹⁸.

A.2. Mercados de servicios de adquirencia para comerciantes - segmento TPV

- (58) Las cuotas en los mercados de servicios de adquirencia para comerciantes en el segmento TPV serían las siguientes: (i) en el mercado a nivel nacional en el segmento TPV una cuota conjunta en valor en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%), (ii) en el mercado a nivel nacional en el segmento TPV teniendo en cuenta únicamente los datos del STMP una cuota conjunta en valor en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%), y (iii) mercado a nivel nacional en el segmento TPV una cuota conjunta en volumen (medido en número de TPVs y únicamente teniendo en cuenta los datos STMP en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%).

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (mercado total)		
Empresa	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado(2021)
GP	[CONF.]	[20-30] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %
Mercado Global	244.033,00	100

¹⁸ [CONF]

Fuente: Estimación interna (GP); Informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); estimación de GP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (solo datos de STMP)						
Empresa	Adquiere para comerciantes (TPV) (2019) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2019)	Adquiere para comerciantes (TPV) (2020) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2020)	Adquiere para comerciantes (TPV) (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[30-40] %
Mercado Global	168.801,00	100	154.279,00	100	194.949,00	100

Fuente: Estimación interna (GP); informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO), Inventario de Ingenico + Redsys, número de TPV instalados, volumen de procesamiento TPV adquirido por UniversalPay (EVO); STMP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

Cuotas de mercado por volumen (número de TPV) (solo datos de STMP)						
Empresa	Adquiere para comerciantes (TPV) (2019)	Cuotas de mercado (2019)	Adquiere para comerciantes (TPV) (2020)	Cuotas de mercado (2020)	Adquiere para comerciantes (TPV) (2021)	Cuotas de mercado (2021)
GP	N/A	-	N/A	-	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[30-40] %
Total de mercado	1.940.645	100%	2.072.118	100%	2.209.290	100%

Fuente: Estimación interna (GP); informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO), Inventario de Ingenico + Redsys, número de TPV instalados, volumen de procesamiento TPV adquirido por UniversalPay (EVO); STMP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

- (59) En lo que respecta a los segmentos de prestación de servicios adquiere para comerciantes en TPV, la cuota de mercado combinada de las Partes no supera el 15% a nivel EEE ni en valor ni en volumen.
- (60) La notificante estima que su cuota de mercado combinada tampoco supera el 15% ni en valor ni en volumen a nivel del EEE en el mercado de prestación de servicios de adquiere para comerciantes en el segmento específico en TPV en cualquiera

de las siguientes divisiones ulteriores: (i) tipo de tarjeta (crédito o débito), (ii) sistema de tarjeta (internacionales o nacionales), (iii) tamaño del comerciante cliente y (iv) prestación de servicios a nivel mayorista o minorista.

- (61) La notificante señala que no encuentra motivos para considerar que el análisis competitivo del mercado general de adquirencia para comerciantes y su segmento de adquirencia para comerciantes en TPV en estas subdivisiones no sea sustancialmente similar: los competidores principales son prácticamente los mismos en todos los segmentos y no existen distinciones competitivamente significativas en lo que respecta a la base de clientes.

A.3. Mercados de servicios de adquirencia para comerciantes - segmento comercio electrónico

- (62) La notificante indica que no hay información pública disponible para facilitar cuotas de mercado precisas a nivel EEE, pero señala que la prestación de servicios de adquirencia para comerciantes es altamente competitiva en este nivel y que GP y EVO no son competidores significativos¹⁹.
- (63) En línea con esto, la notificante explica que los principales prestadores de servicios de adquirencia en transacciones de comercio electrónico en Europa por volumen de transacciones son JP Morgan Payments, Adyen, Worldpay, Fiserv y Nexi. Por valor, los principales adquirentes son Adyen, Worldpay, Barclays, JP Morgan Payments y Nexi. Este grupo de prestadores adquiere alrededor del [70-80]% del total de transacciones de comercio electrónico de Europa, con JP Morgan Payments y Adyen adquiriendo, de forma combinada, el [40-50]% del total de transacciones de comercio electrónico.
- (64) Adicionalmente, señala que además de este grupo de los cinco principales adquirentes, existen muchos otros adquirentes con un valor o volumen de transacciones mayor que el de las Partes, como Elavon, Worldline, BNP Paribas, Crédit Agricole, Bank of America y Crédit Mutuel.
- (65) En cualquier caso, indica que la cuota de mercado combinada de las Partes no supera el 15% a nivel EEE ni en valor ni en volumen en el segmento de prestación de servicios adquirencia para comerciantes en TPV y en el comercio electrónico.
- (66) La notificante estima que la cuota de mercado combinada tampoco supera el 15% ni en valor ni en volumen a nivel del EEE en el mercado de prestación de servicios de adquirencia para comercio electrónico en cualquiera de las siguientes divisiones ulteriores: (i) tipo de tarjeta (crédito o débito), (ii) sistema de tarjeta (internacionales o nacionales), (iii) tamaño del comerciante cliente y (iv) prestación de servicios a nivel mayorista o minorista.
- (67) A nivel nacional aportan las siguientes cuotas: (i) en el mercado a nivel nacional en el segmento de comercio electrónico una cuota conjunta en valor en 2021 del [20-30]% (adición del [0-5]%), (ii) en el mercado a nivel nacional en el segmento comercio electrónico teniendo en cuenta únicamente los datos del STMP una cuota conjunta en valor en 2021 del [30-40]% (adición del [0-10]%), y (iii) en el mercado

¹⁹ Según la información remitida por las Partes, todos los datos estadísticos están extraídos del informe de mercado preparado por una empresa consultora aportado como Anexo confidencial 8.c, en las páginas 6 y siguientes. Los bancos rusos han sido excluidos de estos cálculos. Las estimaciones de las Partes son consistentes con este análisis.

a nivel nacional en el segmento comercio electrónico una cuota conjunta en volumen (medido en número de transacciones procesadas y únicamente teniendo en cuenta los datos STMP en 2021 del [30-40]% (adición del [0-5]%).

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (mercado total)		
Empresa	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[20-30] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[20-30] %
Total de mercado	43.726,00	100

Fuente: Estimación interna (GP); Informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); estimación interna de GP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (sólo datos del STMP)						
Empresa	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2019) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2019)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2020) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[5-10] %	[CONF.]	[5-10] %	[CONF.]	[5-10] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
Total de mercado	30.798,00	100	24.860,00	100	28.217,00	100

Fuente: Estimación interna (GP); Informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); STMP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

Empresa	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2019) (millones)	Cuotas de mercado (2019)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2020) (millones)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2021) (millones)	Cuotas de mercado (2021)
GP	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
Mercado Global	391,00	100	382,00	100	422,00	100

Fuente: Estimación interna (GP); Informe de rentabilidad MI-Analytics (EVO); STMP (total de mercado). No hay información pública disponible sobre competidores.

- (68) La notificante señala que no encuentra motivos para considerar que el análisis competitivo del mercado general de adquirencia para comercio electrónico en estas subdivisiones no sea sustancialmente similar: los competidores principales son prácticamente los mismos en todos los segmentos y no existen distinciones competitivamente significativas en lo que respecta a la base de clientes.

(B) Mercados de suministro y gestión de TPV

- (69) La cuota conjunta en volumen (medido por número de TPVs) en el mercado nacional de suministro y gestión de TPV teniendo en cuenta únicamente los datos de STMP de 2021 es de [30-40]% (adición del [0-5]%)

Cuotas de mercado por volumen (número de TPV) (sólo datos de STMP)						
Empresa	Suministro y gestión de TPV (2019)	Cuotas de mercado (2019)	Suministro y gestión de TPV (2020)	Cuotas de mercado (2020)	Suministro y gestión de TPV (2021)	Cuotas de mercado (2021)
GP	N/A	-	N/A	-	[CONF.]	[30-40] %
EVO	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[30-40] %
Total de mercado	1.940.645	100	2.072.118	100	2.209.290	100

Fuente: Estimación interna (GP); inventario de Ingenico, Redsys y número de TPV instalados; inventario de Clear One + terminales en leasing incluidas (por EVO); estimaciones internas de GP. No hay información pública disponible sobre competidores.

- (70) En lo que respecta a la dimensión EEE, la notificante afirma que la cuota de mercado combinada en volumen es inferior al 10%, lo cual es consistente con informes preparados por terceros que indican que la cuota de mercado de GP se sitúa alrededor del [0-10]% y la de EVO alrededor del [0-5]%, en volumen.
- (71) Señala asimismo la notificante que no se dispone de datos de valor para este mercado, pero añade que las cuotas individuales y combinadas sobre datos de

valor no deberían variar significativamente las de volumen que se señalaban anteriormente.

- (72) En lo referido a las posibles subsegmentaciones según (i) tipo de TPV (i. e. TPV tradicional, TPV móvil o TPV inteligente), (ii) tamaño del comerciante cliente y (iii) nivel de operatividad del comerciante (mayorista o minorista), la notificante afirma que el análisis competitivo es sustancialmente similar, al ser los competidores principales esencialmente los mismos y no existir distinciones relevantes en lo que respecta a la base de clientes.

(C) Mercado de aceptación de pagos comercio electrónico

- (73) Respecto a este mercado, la notificante indica que no dispone de información suficiente para proporcionar cuotas de mercado separadas con respecto a las proporcionadas para el segmento de comercio electrónico del mercado de adquisición de comerciantes.
- (74) A pesar de ello, afirma que, dado que la gran mayoría de los pagos de comercio electrónico se realizan con tarjeta o están respaldados por una tarjeta, las cuotas en el mercado de servicios de adquisición para comerciantes son suficientemente representativas del mercado en general y, en particular, de la posición combinada de las partes.
- (75) En cuanto a competidores, consideran relevantes en este mercado empresas como Stripe, Square y Zettle/PayPal, además de los prestadores de servicios de adquisición para comerciantes.
- (76) En lo que respecta a la dimensión geográfica relativa al EEE la notificante estima que su cuota de mercado en el ámbito comunitario es inferior al 5 %.

6.2. Estructura de la demanda

- (77) Según la notificante, la demanda en el mercado de adquisición para comerciantes y servicios accesorios se caracteriza por ser relativamente dispersa, lo que se traduce en un gran número de clientes que individualmente suponen un volumen de negocio relativamente pequeño, estando conformada por particulares (autónomos) y empresas que necesitan terminales físicos y/o virtuales para aceptar pagos con tarjeta en sus locales comerciales y tiendas en línea
- (78) En cuanto a la madurez de este mercado, puede considerarse que se encuentra en una fase entre la expansión y la madurez según la información aportada por la notificante.
- (79) Según la notificante, existe un alto grado de sustituibilidad entre los TPV y, además, los costes de cambio son bajos.
- (80) Adicionalmente señala la Notificante que las medidas adoptadas en el marco de la COVID-19 (restricciones al uso de pagos en efectivo y confinamiento de la población, entre otras) han contribuido al crecimiento de estos mercados, ya que, a pesar de la reducción de la actividad comercial durante la pandemia.
- (81) A esto debe añadirse el aumento de las transacciones en TPV virtuales debido al auge del comercio en línea durante el mismo periodo. En este sentido, aunque las

restricciones se hayan suavizado en 2021, se espera que el crecimiento de las transacciones con tarjeta —ya sean TPV físicos o virtuales— siga aumentando, ya que la pandemia ha cambiado los hábitos de compra de los consumidores.

- (82) Por lo que respecta a los precios, de acuerdo con la notificante los precios aplicados por los operadores del mercado para la prestación de servicios de adquirencia y servicios accesorios a los TPV son muy similares.
- (83) Por otro lado, los servicios de aceptación de comercio electrónico tienen estructuras de precios similares, es decir, paquetes de precios básicos para clientes pequeños y medianos y paquetes a medida para determinados clientes medianos y grandes en función de sus necesidades específicas.

6.3. Barreras de entrada, competencia potencial e innovación

- (84) En lo que respecta a barreras de naturaleza legal, para ofrecer TPV físicos (y virtuales) y servicios de aceptación de comercio electrónico en España, es necesario obtener una autorización previa del Banco de España.
- (85) Por otro lado, en lo que respecta a la explotación de los servicios de adquirencia para operaciones de pago con tarjeta y los servicios de aceptación de comercio electrónico, se requiere el desarrollo de infraestructura tecnológica debido a la necesidad de conexión con los diferentes sistemas de pago (principalmente Visa y MasterCard), así como con las entidades de procesamiento (por ejemplo, Redsys).
- (86) Sin embargo, a ojos de la notificante, estos requisitos no constituyen significativas barreras de entrada económicas: la entrada de nuevos operadores, como Square, Adyen y Stripe apoyaría que las barreras de entrada no son significativas.
- (87) Con respecto a la importancia de la I+D+i, destaca la notificante que en los pagos mediante TPV, se centra en el desarrollo y mejora de las plataformas tecnológicas que permiten el procesamiento de los pagos y la interconexión con los diferentes sistemas que intervienen en el proceso.
- (88) Asimismo, la inversión en innovación también es relevante respecto a los TPV físicos y virtuales que se ofrecen a los clientes con la búsqueda de aumentar su funcionalidad y facilidad de uso, y desempeña un papel importante para garantizar que los productos y servicios ofrecidos por las Partes cumplan con los requisitos reglamentarios y los mandatos de cumplimiento normativo, para lo cual la se requiere contar con un equipo operativo y funcional de gestores de proyectos, personal de cumplimiento normativo, personal de desarrollo y entrega de aplicaciones, así como con conocimientos tecnológicos.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (89) La operación notificada consiste en la adquisición del **control exclusivo por parte de GP de EVO**.
- (90) La operación afecta a los sectores de servicios financieros y otras actividades auxiliares y más concretamente a los mercados de adquirencia para comerciantes,

suministro y gestión de TPV y aceptación de pagos de comercio electrónico, especialmente a nivel nacional.

- (91) La cuota de mercado combinada es inferior al 10% en el mercado de adquirencia para comerciantes a nivel del EEE, tal y como avalan informes preparados por terceros. En lo que respecta a los segmentos de prestación de servicios adquirencia para comerciantes en TPV y en el comercio electrónico, la cuota de mercado combinada de las partes no supera el 15% a nivel EEE ni en valor ni en volumen en ninguno de los dos segmentos. Tampoco supera el 15% ni en valor ni en volumen a nivel del EEE (ni dentro del segmento TPV ni dentro del segmento comercio electrónico) en cualquiera de sus posibles divisiones.
- (92) A nivel nacional, las cuotas de la entidad resultante en los **mercados de adquirencia** se sitúan alrededor del 30-40% en las diferentes segmentaciones con adiciones del [0-10]%.
- (93) En lo relativo al **mercado nacional suministro y gestión de TPV**, la cuota conjunta en volumen medido por número de TPVs en 2021 es de [30-40]%, con una adición en cuota del [0-5]%. En lo que respecta a la dimensión EEE, la cuota de mercado combinada en volumen es inferior al 10% (adición de alrededor del [0-5]%).
- (94) Por último, en el **mercado nacional de aceptación de pagos** las cuotas conjuntas en valor y volumen alcanzadas serían, según la notificante, sustancialmente similares a las asociadas al mercado de adquirencia para comerciantes a nivel general.
- (95) En los tres mercados analizados, así como en las posibles subsegmentaciones consideradas, si bien la entidad resultante se ve reforzada a nivel de cuotas, las adiciones se caracterizan por ser poco significativas y a nivel EEE las cuotas resultantes son inferiores al 15%, a lo que hay que añadir una serie de factores mitigarían el riesgo de posibles efectos horizontales.
- (96) En primer lugar, el sector continúa creciendo como consecuencia de la mayor aceptación por parte de los comerciantes y el mayor uso de las tarjetas de crédito y de débito, los avances en las soluciones de pago y en la tecnología de procesamiento y la migración al comercio electrónico, la omnicanalidad y las soluciones de pago sin contacto (*contactless*). A esto hay que añadir que la pandemia del COVID-19 ha aumentado aún más el uso de pagos digitales y la necesidad de desarrollar tecnologías lo cual ha llevado a un incremento en el uso de tarjetas y a una disponibilidad de servicios de tecnología más sofisticados para todos los segmentos del mercado ha resultado en una industria cada vez más competitiva.
- (97) En segundo lugar, existen competidores alternativos a la hora de ofrecer soluciones.
- (98) En tercer lugar, si bien puede haber ciertas barreras (como el requisito legal de autorización por parte del BdE para operar, los costes asociados a la infraestructura tecnológica, o los efectos de red), no parece que puedan considerarse barreras económicas determinantes como para que la operación afecte a la competencia en el sector.

- (99) A la vista de todo lo anterior, esta DC considera que la presente concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados afectados.

8. PROPUESTA

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