

RESOLUCIÓN

IVA-CINES

S/0642/18

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D. Carlos Aguilar Paredes

D. Josep Maria Salas Prat

D^a. María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

Secretario del Consejo

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 8 de febrero de 2023

La Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (**CNMC**) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el expediente de referencia tramitado por la Dirección de Competencia (**DC**) a raíz de una denuncia contra empresas exhibidoras de cine en España, por supuestas conductas prohibidas por el artículo 1 y por el artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (**LDC**).

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES	4
2. LAS PARTES.....	4
2.1. Denunciante: FACUA	4
2.2. Entidades denunciadas	5
2.2.1. Principales exhibidores de cine en España	6
2.2.1.1. COMPAÑÍA DE INICIATIVAS Y ESPECTÁCULOS, S.A.	6
2.2.1.2. YELMO FILMS, S.L.	6
2.2.1.3. OCI & CINE, S.L.	7
2.2.1.4. KINÉPOLIS ESPAÑA, S.A.	7
2.2.1.5. ACEC CINES, S.A.	7
2.2.2. Otros exhibidores.....	7
3. CONTENIDO DE LA DENUNCIA	7
4. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS	8
4.1. Marco normativo	8
4.2. Mercado afectado.....	9
4.2.1. Mercado de producto	9
4.2.1.1. Funcionamiento del mercado	10
4.2.1.2. Estructura del mercado.....	11
4.2.2. Mercado geográfico	12
5. HECHOS ACREDITADOS.....	12
6. FUNDAMENTOS DE DERECHO.....	16
6.1. Competencia para Resolver	16
6.2. Objeto de la resolución y propuesta del órgano instructor	16
6.3. Valoración de la Sala de Competencia.....	16
6.3.1. Sobre la existencia de una infracción del artículo 1 de la LDC	16
6.3.2. Sobre la existencia de una infracción del artículo 2 de la LDC	20
7. RESUELVE.....	21
ANEXO. Variación de precios de las entradas de 114 salas/pantallas situadas en 48 provincias españolas entre julio y agosto de 2018	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos de información	4
Tabla 2. Exhibidores contra los que se formula la denuncia, por provincia.....	5
Tabla 3. Variaciones de precios en las principales exhibidoras de cine en Madrid y Barcelona 13	
Tabla 4. Desviación estándar, media valores máximo y mínimo de los precios de entradas de cines en las salas de las principales exhibidoras en Madrid y Barcelona	18

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución de precios (euros por entrada) de 8 salas de las principales exhibidoras de cine. Barcelona.....	14
Gráfico 2. Evolución de precios (euros por entrada) de 10 salas de las principales exhibidoras de cine. Madrid.....	14
Gráfico 3. Distribución de precios (euros por entrada) en enero y diciembre de 2018 por salas (21) de las principales exhibidoras de cine. Barcelona.....	15
Gráfico 4. Distribución de precios (euros por entrada) en enero y diciembre de 2018 por salas (24) de las principales exhibidoras de cine. Madrid.....	15
Gráfico 5. Variaciones de precios (euros por entrada) en diciembre de 2018 respecto a enero de 2018 por salas (45) de las principales exhibidoras de cine. Madrid y Barcelona	18

1. ANTECEDENTES

- (1) El 20 de agosto de 2018 tuvo entrada en la CNMC un escrito de FACUA en el que se denuncian supuestas conductas prohibidas por el artículo 1 y por el artículo 2 de la LDC consistentes en la no repercusión, a los precios de venta de localidades de las salas de cine, de la reducción del tipo del Impuesto del Valor Añadido (IVA) que tuvo lugar en 2018, contra un gran número de empresas exhibidoras de películas en salas de cine¹.
- (2) Con el fin de determinar, con carácter preliminar, la concurrencia de circunstancias que justificasen la incoación de un expediente sancionador, la Dirección de Competencia (**DC**) inició una **información reservada** conforme al artículo 49.2 de la LDC.
- (3) En el marco de esta información reservada, la DC efectuó los siguientes requerimientos de información:

Tabla 1. Requerimientos de información

Fecha de requerimiento	Entidad requerida	Folios	Fecha de respuesta	Folios
25/03/2019	ACEC CINES	1.196 – 1.198	12/04/2019	1.328 – 1.334
25/03/2019	KINEPOLIS ESPAÑA, S.A.	1.202 – 1.204	04/04/2019	1.275 – 1.284
25/03/2019	COMPANÍA DE INICIATIVAS Y ESPECTACULOS, S.A. (CINESA)	1.207 – 1.209	24/04/2019	1.375 – 1.388
25/03/2019	YELMO FILMS, S.L.	1.212 – 1.214	16/04/2019	1.335 – 1.346

- (4) El 3 de octubre de 2022, la DC elevó al Consejo de la CNMC una **propuesta de no incoación y archivo de las actuaciones** (folios 1.395 a 1.412).
- (5) La Sala de Competencia del Consejo de la CNMC deliberó y falló el asunto en su reunión de 8 de febrero de 2023.

2. LAS PARTES

2.1. Denunciante: FACUA

- (6) FACUA es una asociación de consumidores y usuarios constituida conforme a lo establecido en la Ley de Consumidores y Usuarios². Con sede central en Sevilla, la asociación cuenta con oficinas en Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid y País Vasco. Se

¹ Folios 2 – 1.195.

² Real Decreto-Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

encuentra presente en todo el territorio nacional a través de asociaciones y delegaciones territoriales.

2.2. Entidades denunciadas

- (7) La denuncia se formula contra los siguientes exhibidores:

Tabla 2. Exhibidores contra los que se formula la denuncia, por provincia

Provincia	Exhibidores
A Coruña	YELMO CINES ESPACIO; YELMO CINES LOS ROSALES; CINE LOS CANTONES VILLAGE.
Albacete	YELMO CINES VIALIA; YELMO CINES IMAGINARIA.
Alicante	KINÉPOLIS PLAZA MAR 2; CINE PANORAMIS; CINES AANA; CINES MEGARAMA; YELMO CINES PUERTA DE ALICANTE.
Ávila	MULTICINES ESTRELLA
Badajoz	CINESUR CONSQUISTADORES
Barcelona	YELMO ICARIA 3D; CINESA DIAGONAL MAR; CINESA HERÓN CITY; CINESA DIAGONAL; RENOIR FLORIDA BLANCA.
Bilbao	CINES ZUBIARTE
Burgos	ODEON CINES
Cáceres	MULTICINES CÁCERES
Cádiz	MULTICINES AL ANDALUS (EL CENTRO); CINESUR BAHÍA DE CÁDIZ.
Castellón	CINESA SALERA; NEOCINE PUERTO AZAHAR.
Ceuta	UNIÓN CINE CIUDAD MARINA CINEMAS 7
Ciudad Real	CINE LAS VÍAS
Córdoba	CINESUR EL TABLERO; UNIÓN CINE CIUDAD GUADALQUIVIR.
Cuenca	ODEÓN MULTICINES; ODEÓN MIRADOR.
Girona	OCINE; CINEMA TRUFFAUT.
Granada	MEGARAMA CINEMA; CINEMA SERRALLO.
Huesca	MULTICINES CINE MUNDO
Jaén	UNIÓN CINE CIUDAD- LA LOMA
Las Palmas	YELMO MULTICINES LAS ARENAS
León	ODEÓN MULTICINES; VAN GOGH.
Logroño	YELMO CINES BERCEO
Lugo	CINE AS TERMAS; ABELLA CINES.
Madrid	CINESA PRÍNCIPE PÍO; YELMO CINES ISLAZUL; KINÉPOLIS CIUDAD DE LA IMAGEN.
Málaga	UNIÓN CINE CIUDAD ROSALEDA
Murcia	NEOCINE REX; CINESA NUEVA CONDOMINA.
Oviedo	YELMO CINES LOS PRADOS
Palma de Mallorca	CINES OCIMAX; MULTICINES RIVOLI AFICINE; SALA AUGUSTA; CINESA FESTIVAL PARK.
Salamanca	CINES MEGARAMA CENTRO COMERCIAL VIALIA.
San Sebastián	CINES ANTIGUO BERRI; CINES PRÍNCIPE; CINES TRUEBA.

Santa Cruz De Tenerife	YELMO CINES; CINES VÍCTOR.
Santander	CINESA BAHÍA DE SANTANDER, UNIÓN CINE CIUDAD PEÑA CASTILLO; CINE LOS ÁNGELES; CINES GROUCHO.
Sevilla	CINESA PLAZA DE ARMAS; CINESUR NERVIÓN PLAZA; UNIÓN CINE CIUDAD LOS ARCOS; UNIÓN CINE CIUDAD ALAMEDA; UNIÓN CINE CIUDAD CERVANTES; CINE ZONA SEVILLA ESTE.
Soria	CINES LARA
Tarragona	YELMO CINE PARC CENTRAL
Teruel	CINE MARAVILLAS
Toledo	CINESUR LUZ DEL TAJO
Valencia	CINES ABC PARK; YELMO CINES CAMPANAR; ABC EL SALER.
Valladolid	CINESA ZARATÁN
Zamora	MULTICINES ZAMORA; CINES VALDERADUEY.
Zaragoza	YELMO PLAZA IMPERIAL

2.2.1. Principales exhibidores de cine en España

2.2.1.1. COMPAÑÍA DE INICIATIVAS Y ESPECTÁCULOS, S.A.

- (8) COMPAÑÍA DE INICIATIVAS Y ESPECTÁCULOS, S.A. (**CINESA**), con sede social en Barcelona, es la mayor empresa de exhibición cinematográfica en España en número de espectadores (22 millones en 2019). Actualmente cuenta con más de 450 salas de exhibición en 37 complejos, localizados en las principales capitales de provincia, principalmente en Madrid y Barcelona³.
- (9) CINESA forma parte de Odeón & UCI Cinemas Group, que dispone de 360 cines en 14 países de Europa. En 2016, el Grupo fue adquirido por AMC Theatres.

2.2.1.2. YELMO FILMS, S.L.

- (10) Con domicilio en Alcorcón (Madrid), YELMO FILMS, S.L. (**YELMO**) es el segundo exhibidor de cine en España. En 2019 contaba con 48 centros operativos en 22 provincias que sumaban un total de 518 salas digitales y más de 15 millones de espectadores⁴.
- (11) YELMO fue adquirido por el grupo mejicano Cinépolis en 2015, entrando esta empresa en el mercado europeo.

³ <https://www.cinesa.es/Acerca-de-Cinesa> (23/01/2023)

⁴ <https://www.yelmocines.es> (23/01/2023)

2.2.1.3. OCI & CINE, S.L.

- (12) OCI & CINE, S.L. (**OCINE**) tiene su sede social en Girona, con presencia en 10 Comunidades Autónomas⁵.

2.2.1.4. KINÉPOLIS ESPAÑA, S.A.

- (13) Con sede social en Pozuelo de Alarcón (Madrid), KINÉPOLIS ESPAÑA, S.A. (**KINÉPOLIS**) pertenece al Grupo Kinopolis, de nacionalidad belga. El grupo se encuentra presente en 7 países europeos, además de EE. UU. y Canadá. En España posee 10 complejos y 157 pantallas en Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid⁶.

2.2.1.5. ACEC CINES, S.A.

- (14) ACEC CINES, S.A. (**ACEC CINES**) es una sociedad con sede social en Barcelona que cuenta con salas de cine distribuidas principalmente en Cataluña, aunque posee algunos complejos en La Rioja, País Vasco y Murcia⁷.

2.2.2. Otros exhibidores

- (15) Existen otros exhibidores de cierto tamaño y presencia capilar en el territorio español. Atendiendo al número de espectadores, destacan MK2-CINES SUR, S.L.U. (**CINESUR ESPAÑA**), REDECINE EXHIBICIÓN, S.L. (**ODEON MULTICINES**), CINES RENOIR, S.A. (**CINES RENOIR**) o DIFUSORA CULTURAL CINEMATOGRAFICA S.A. (**CINES GOLEM**).

3. CONTENIDO DE LA DENUNCIA

- (16) El denunciante indica que las exhibidoras de cine han acordado no repercutir total o parcialmente a los precios de venta de localidades de las salas de cine la reducción del tipo del Impuesto del Valor Añadido (IVA) sobre bienes y servicios culturales que tuvo lugar en 2018. Ello podría implicar, en primer lugar, un acuerdo de fijación de precios entre algunas salas de exhibición cinematográfica y, en segundo lugar, un posible abuso de posición de dominio mediante esa fijación de precios, en contra de lo establecido en los artículos 1 y 2 de la LDC.

⁵ <https://www.ocine.es/> (23/01/2023)

⁶ <https://kinopolis.es/> (23/01/2023)

⁷ <http://www.cinesacec.es/> (23/01/2023)

4. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

4.1. Marco normativo

- (17) La principal norma sectorial que regula la actividad cinematográfica en España es la Ley del Cine y el Real Decreto que la desarrolla⁸.

- (18) El artículo 4 de la Ley del Cine contiene las siguientes definiciones:

“l) Sala de exhibición cinematográfica: Local o recinto de exhibición cinematográfica abierto al público mediante precio o contraprestación fijado por el derecho de asistencia a la proyección de películas determinadas, bien sea dicho local permanente o de temporada, y cualesquiera que sean su ubicación y titularidad.

m) Complejo cinematográfico: El local que tenga dos o más pantallas de exhibición y cuya explotación se realice bajo la titularidad de una misma persona física o jurídica con identificación bajo un mismo rótulo.

(...)

o) Exhibidor independiente: Aquella persona física o jurídica que ejerza la actividad de exhibición cinematográfica y cuyo capital mayoritario o igualitario no tenga carácter extracomunitario.”

- (19) En materia tributaria, respecto a la imposición indirecta, es de aplicación la Ley del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)⁹. En 2012, el tipo impositivo correspondiente a la exhibición cinematográfica en salas fue objeto de una modificación legislativa¹⁰. Esta norma cambió el artículo 91 de la Ley del IVA eliminando las operaciones de las salas exhibidoras de cine de los supuestos en los que se aplicaba el tipo reducido del impuesto. Esta medida supuso un incremento del tipo de 13 puntos porcentuales con respecto al que se aplicaba hasta ese momento (del 8 al 21%).

- (20) La Ley de Presupuestos Generales del Estado para 2018, en el artículo 78 modificó el artículo 91 de la Ley 37/1992, incluyendo nuevamente a las salas de cine en el listado de operaciones con tipo reducido:

“artículo 91.1.2

6.º La entrada a bibliotecas, archivos y centros de documentación, museos, galerías de arte, pinacotecas, salas cinematográficas, teatros, circos, festejos taurinos, conciertos, y a los demás espectáculos culturales en vivo.”

⁸ Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine y Real Decreto 1084/2015, de 4 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

⁹ Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido

¹⁰ Mediante el Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

4.2. Mercado afectado

4.2.1. Mercado de producto

- (21) El proceso de creación y comercialización propio de la industria cinematográfica comprende tres actividades principales verticalmente relacionadas: la producción (responsable de la creación del producto/película), la distribución (que implica la comercialización de las películas tras adquirir los derechos a empresas productoras) y la exhibición de la obra cinematográfica en las salas de cine.
- (22) En varios precedentes, la autoridad de competencia española¹¹ y la Comisión Europea¹² han tenido ocasión de analizar los diferentes mercados relacionados con el sector cinematográfico pronunciándose en el sentido de distinguir los mercados de la producción de películas, de la distribución de películas y el mercado minorista de la exhibición de películas. En estos precedentes se considera que se trata de actividades diferenciadas y especializadas con oferentes y demandantes distintos, en las que no existe sustituibilidad por el lado de la demanda ni por el lado de la oferta.
- (23) Las conductas denunciadas afectan al mercado de exhibición de películas en salas cinematográficas, un mercado minorista en el que intervienen como oferentes los exhibidores y el público como demandante.
- (24) Desde la perspectiva de la **demanda**, la asistencia de los consumidores a un local cinematográfico para ver una película es una experiencia muy distinta del visionado en los domicilios particulares, tanto por las características técnicas del local y de los equipos de proyección y audio, y por ende de la calidad de imagen y sonido, como por constituir una actividad de ocio en sí misma fuera del hogar.
- (25) En algunos casos, determinadas productoras y distribuidoras estrenan sus películas a través de las plataformas de televisión de pago cuando existe una integración vertical entre ellas. Sin embargo, se trata de una práctica poco extendida en el mercado, y excepcional en los grandes estrenos

¹¹ A nivel de expedientes sancionadores, la resolución de la CNMC en el expediente S/0001/19 DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA y la resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia en el expediente 651/05 CINES DE ANDALUCÍA. A nivel del control de concentraciones, los expedientes C/0598/14 CINESA –Parque Corredor, C/0339/11 Cinesa/Activos UGC, N-06014 Cinesa /AMC España, N-04052 Bain/Capital/Loews Complex Entertainment y N-05046 Cinesa/WLS.

¹² Decisiones de la Comisión Europea en los casos M.8785 – The Walt Disney Company/Twenty-First Century Fox, M.6866 - Time Warner/CME, M.6791 - The Walt Disney Company/Lucasfilm, M.5579 - Comcast/NBC Universal y M.3595 - Sony/MGM y M.1219 - Seagram/Polygram.

cinematográficos o en aquellas películas con una mayor expectativa de interés para los consumidores.

- (26) Por el lado de la **oferta**, la exhibición cinematográfica en locales dotados de una o varias salas de proyección requiere de una importante inversión en equipos técnicos y mobiliario para los espectadores que no pueden ser proporcionados por operadores de otros canales.

4.2.1.1. Funcionamiento del mercado

- (27) Los empresarios de las salas de proyección deben adquirir de los distribuidores el derecho para la exhibición al público de las películas. Con carácter general, los distribuidores suscriben unos contratos marco con los exhibidores, en los que se establecen las condiciones generales de contratación. Posteriormente, negocian acuerdos específicos para cada película en los que se definen las condiciones concretas.
- (28) Los exhibidores ofertan el producto (la película) a los consumidores finales (los espectadores) mediante el pago de un precio de entrada. El exhibidor recibe la recaudación bruta por taquilla (precio de entrada por el número de espectadores) directamente del consumidor por la exhibición de la película en el formato, número de salas y sesiones acordadas con el distribuidor.
- (29) De la recaudación bruta por taquilla, deben descontarse los siguientes conceptos:
- El porcentaje del IVA.
 - El 2% de los ingresos de taquilla, previa deducción del IVA, en régimen de derechos de autor por la comunicación pública de la obra cinematográfica. La cantidad pagada por este concepto podrá deducirla el exhibidor de la que deba abonar a los distribuidores.
- (30) El resultado es la recaudación neta que se reparten distribuidor y exhibidor. Esta recaudación neta se asignará en función de los citados acuerdos de liquidación por la exhibición de películas previamente negociados con el distribuidor. Habitualmente, el precio que el exhibidor debe pagar a la empresa distribuidora viene determinado por un porcentaje de los ingresos por taquilla o de una cantidad fija por espectador. Estos porcentajes, en general, no condicionan los precios minoristas de las entradas, que son fijados por los propios exhibidores y suelen ser iguales para la mayoría de las películas.
- (31) El resultado es la recaudación neta que se reparten distribuidor y exhibidor. Esta recaudación neta se asignará en función de los citados acuerdos de liquidación por la exhibición de películas previamente negociados con el distribuidor. Habitualmente, el precio que el exhibidor debe pagar a la empresa distribuidora

viene determinado por un porcentaje de los ingresos por taquilla o de una cantidad fija por espectador. Estos porcentajes, en general, no condicionan los precios minoristas de las entradas, que son fijados por los propios exhibidores y suelen ser iguales para la mayoría de las películas.

4.2.1.2. Estructura del mercado¹³

- (32) En España, el número de locales de cine, salas de exhibición y butacas se mantuvo estable en el periodo 2015-2019. En 2019, existían 759 cines y 3.674 salas. El 45,2% del total de cines (343 cines) disponían de una sola pantalla representando el 9,3% del total de pantallas. Por otro lado, de las 3.674 pantallas, 1.859 pertenecían a alguno de los 166 complejos multisala existentes.¹⁴
- (33) En términos de recaudación y número de espectadores, la exhibición cinematográfica también presentó una considerable estabilidad situándose alrededor de los 600 millones de euros anuales en el primer caso, y en torno a los 100 millones de espectadores, en el segundo.
- (34) En lo que se refiere al número de empresas presentes en el mercado de la exhibición, aunque existe un elevado número de sociedades dedicadas a esta actividad, destacan por su tamaño dos grandes grupos empresariales: CINESA y YELMO.
- (35) En 2019, YELMO fue la empresa con mayor número de salas (518), seguida de CINESA (510). Ambos grupos suman en conjunto más de 1.000 salas, lo que representa más de la cuarta parte de las 3.674 salas activas existentes en España. En términos de espectadores, dichos grupos tienen una cuota conjunta de mercado aproximada del 35%, 21% en el caso de CINESA (22 millones de espectadores sobre un total de 105 millones en España) y del 14% en el de YELMO (15 millones de espectadores).
- (36) La tercera empresa en número de salas sería OCINE (193), con un total aproximado de 5 millones de espectadores y una cuota cercana al 5% medida

¹³ La principal fuente es el ANUARIO SGAE DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES 2020. Otras fuentes, como el censo de salas de cine de AIMC o el censo de salas con actividad del ICAA, ofrecen información similar. El peso de las empresas se puede estimar contrastando la información disponible en dichas fuentes (en el caso del número de salas) con las páginas web de las empresas (en el caso del número de espectadores). Dichos datos son consistentes con los datos aportados por las empresas de medición de espectadores a través de Comscore (folios 1.278 – 1.388).

¹⁴ De acuerdo con el precitado informe de la SGAE, la definición de los cines multisala (166 que agrupan a 1.859 Salas) consiste en aquellos cines que tienen 6 o más salas. El resto serían cines monosala (343 cines con sus 343 salas) o cines de 2 a 5 salas (250 cines con 1472 salas).

en términos de espectadores. MK2 también tendría alrededor de 5 millones de espectadores y 137 Salas, mientras que KINEPOLIS tiene un peso similar con 137 salas.

- (37) Estos cinco grupos, con 1.495 salas, aglutinan el 80,4% de las 1879 salas de los complejos multisala.

4.2.2. Mercado geográfico

- (38) El mercado minorista de exhibición de películas en salas cinematográficas presenta una dimensión geográfica local. La amplitud del mercado viene delimitada por la voluntad de los espectadores a desplazarse dentro de una determinada zona para acudir a una sala de proyección. La Comisión Europea también se ha pronunciado en el sentido de poder considerar locales los mercados de exhibición de películas cinematográficas¹⁵, especialmente en zonas más aisladas.
- (39) La Autoridad de competencia española ha utilizado el método de las isócronas (tiempo máximo de desplazamiento) como criterio de delimitación del mercado geográfico de exhibición de películas.
- (40) La delimitación de la zona está asimismo afectada por la densidad de locales de cine y salas de exhibición cinematográfica en un área. En aquellos territorios con una mayor densidad, la delimitación del mercado geográfico será menor que en el caso de las zonas con una escasa densidad.
- (41) Además del tiempo de desplazamiento, también se aprecia cierta tendencia a tener en cuenta la distancia a la hora de atraer a la población residente en los barrios más cercanos. En este sentido, la distancia entre los barrios o localidades que configuran las áreas de influencia de cada cine no suele superar los 10 kilómetros.
- (42) A los efectos de este análisis, se deja abierta la definición del ámbito geográfico del mercado de exhibición de películas en España.

5. HECHOS ACREDITADOS

- (43) El 4 de julio de 2018 se publicó la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018, que incluyó una modificación del IVA por la que la exhibición cinematográfica volvía a encontrarse entre los productos a los que se aplicaba el IVA reducido del 10%, desde el 21%.

¹⁵ M.6977 OMERS Administration Corporation/Alberta Investment Management Corporation/Vue Entertainment International Limited, párrafo 10.

- (44) Durante las semanas posteriores a la modificación legislativa, FACUA había realizado un estudio interno sobre la variación de precios de las entradas de 114 salas/pantallas situadas en 48 provincias españolas entre julio y agosto de 2018 (un 3,1% del total de salas /pantallas de cine operativas en España)¹⁶. El resultado del estudio se refleja en una tabla incorporada como anexo¹⁷.
- (45) Según los datos del estudio, entre julio y agosto de 2018 los precios de las entradas de cine se redujeron en un 55% de las salas consideradas, se mantuvieron sin cambios en un 26,3% y aumentaron en un 18,7% de las salas, es decir, en el 45% restante.
- (46) El cuadro y los dos gráficos siguientes muestran un análisis específico de la evolución de precios de las entradas en una selección de salas de las cuatro principales empresas exhibidoras en las provincias de Madrid y Barcelona ¹⁸.

Tabla 3. Variaciones de precios en las principales exhibidoras de cine en Madrid y Barcelona

[CONFIDENCIAL]

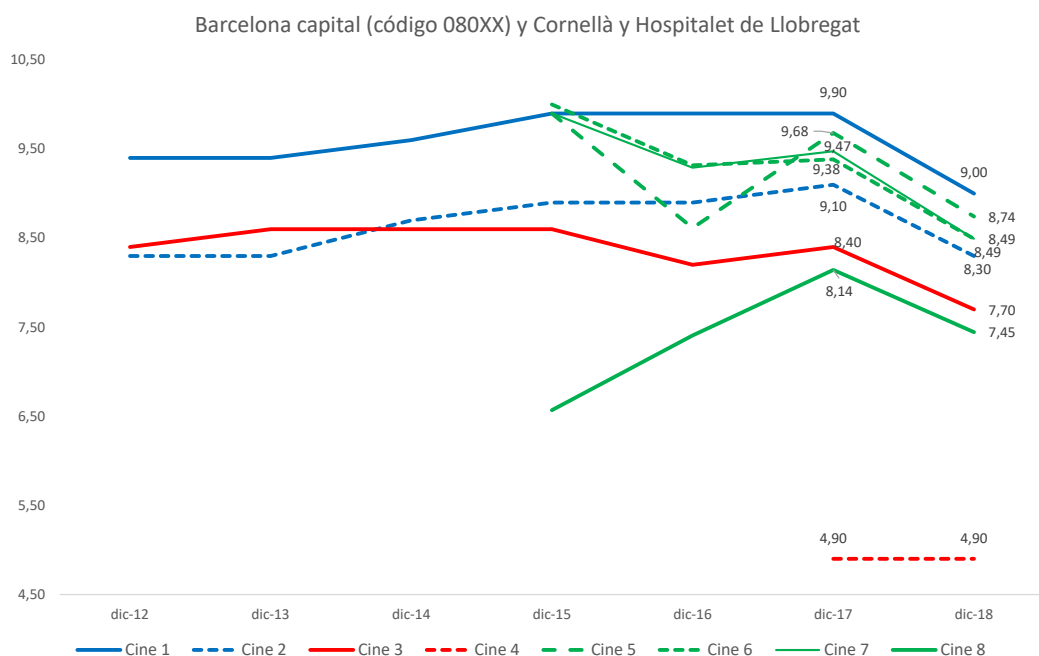
Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388). Yelmo y ACEC ofrecen datos de varios cines y la información se pone en rangos, desde la menor rebaja a la mayor rebaja

¹⁶ Folios 5-17.

¹⁷ Folios 12 – 16.

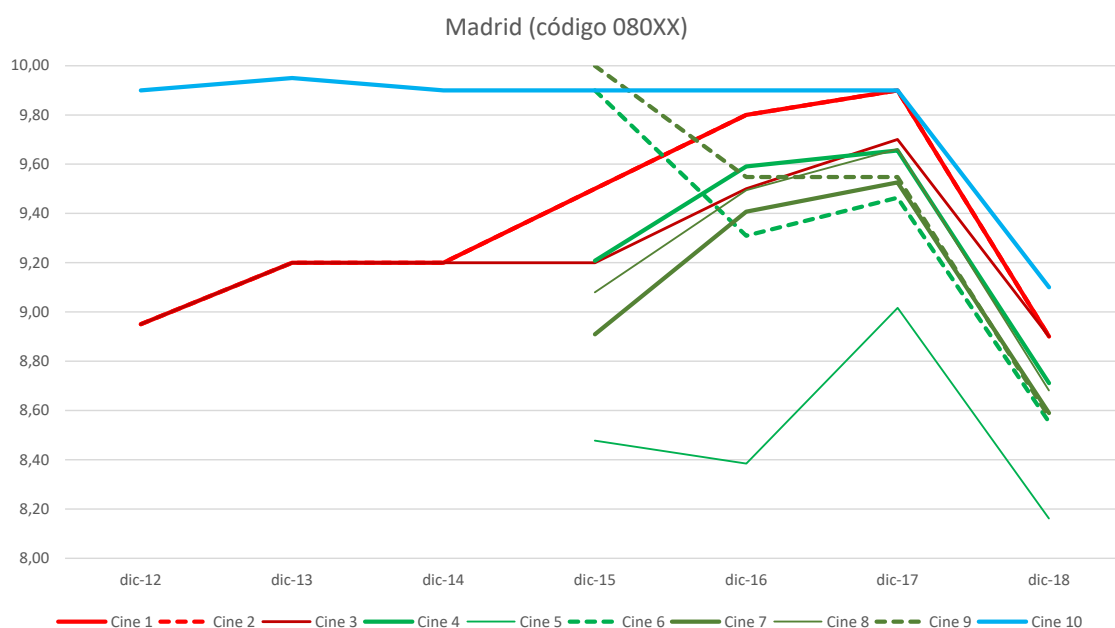
¹⁸ Folios 1.278 – 1.388.

Gráfico 1. Evolución de precios (euros por entrada) de 8 salas de las principales exhibidoras de cine. Barcelona



Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

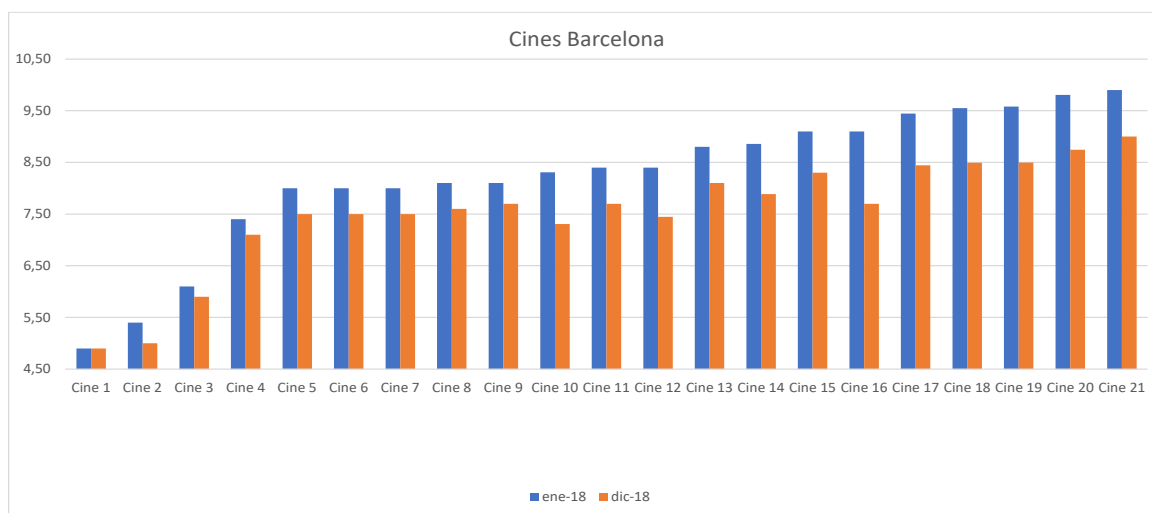
Gráfico 2. Evolución de precios (euros por entrada) de 10 salas de las principales exhibidoras de cine. Madrid



Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

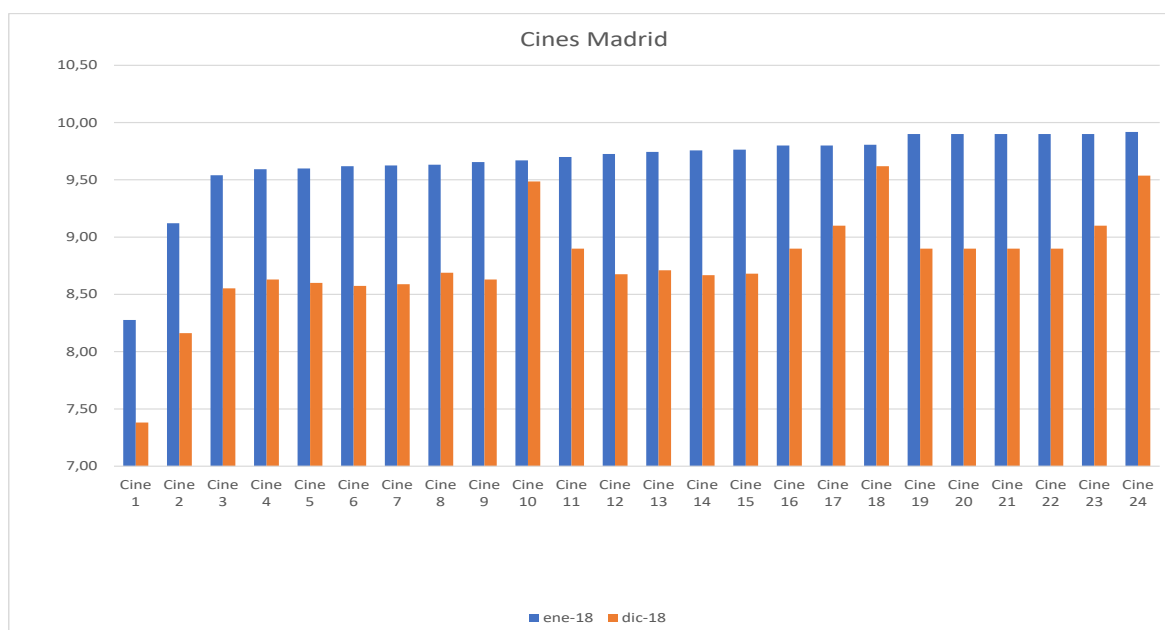
- (47) En los siguientes gráficos se muestra el nivel de precios de las salas de las principales exhibidoras de cine en Madrid y Barcelona en dos momentos de tiempo: en enero de 2018 (antes de la reducción del IVA) y en diciembre de 2018 (después de la reducción de IVA de julio de 2018).

Gráfico 3. Distribución de precios (euros por entrada) en enero y diciembre de 2018 por salas (21) de las principales exhibidoras de cine. Barcelona.



Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

Gráfico 4. Distribución de precios (euros por entrada) en enero y diciembre de 2018 por salas (24) de las principales exhibidoras de cine. Madrid.



Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

6. FUNDAMENTOS DE DERECHO

6.1. Competencia para Resolver

- (48) De acuerdo con el artículo 5.1.c) de la Ley de creación de la CNMC, compete a este organismo “*aplicar lo dispuesto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, en materia de conductas que supongan impedir, restringir y falsear la competencia*”¹⁹. El artículo 20.2 de la misma ley atribuye al Consejo la función de “*resolver los procedimientos sancionadores previstos en la Ley 15/2007, de 3 de julio*” y, según el artículo 14.1.a) del Estatuto Orgánico de la CNMC, “*la Sala de Competencia conocerá de los asuntos relacionados con la aplicación de la Ley 15/2007, de 3 de julio*”²⁰.

6.2. Objeto de la resolución y propuesta del órgano instructor

- (49) La Sala de Competencia debe resolver sobre la base de la instrucción realizada por la DC, que se recoge en la propuesta de resolución, si concurren los requisitos para acordar el archivo de las actuaciones de conformidad con lo previsto en el artículo 53.2 e) de la LDC.
- (50) El 3 de octubre de 2022, la DC remitió una propuesta de resolución al Consejo de la CNMC. En dicho documento se proponía el archivo de las actuaciones por no acreditación de la conducta prohibida, con el siguiente tenor literal:

“Por ello, de acuerdo con lo previsto en el artículo 49.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, se propone la no incoación del procedimiento sancionador, así como el archivo de las actuaciones seguidas como consecuencia del escrito presentado por FACUA, por considerar que no hay indicios de infracción de los artículos 1 o 2 de la mencionada Ley.”

6.3. Valoración de la Sala de Competencia

6.3.1. Sobre la existencia de una infracción del artículo 1 de la LDC

- (51) El artículo 1 de la LDC prohíbe los acuerdos que tengan por objeto, produzcan o puedan producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del mercado nacional.

¹⁹ Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, BOE núm. 134, de 5 de junio de 2013.

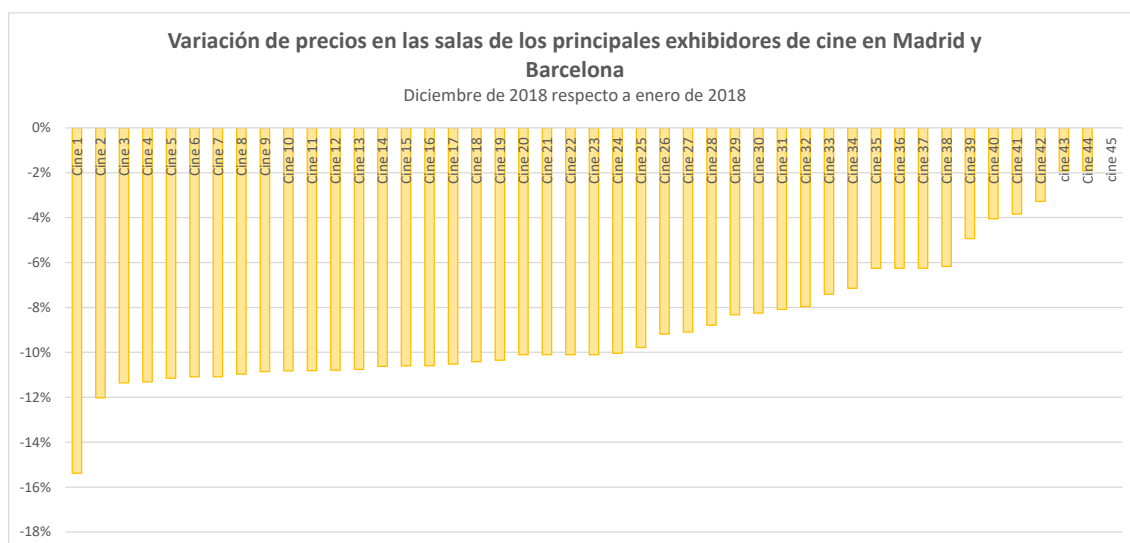
²⁰ Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, BOE núm. 209, de 31 de agosto de 2013.

- (52) Es decir, para que exista una infracción de los artículos 1 LDC y 101 TFUE es necesario que exista un acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela. La razón es que el funcionamiento competitivo del mercado exige que cada operador decida su comportamiento y tome sus decisiones de manera independiente, pues al tomarse estas de manera concertada se limita la competencia²¹.
- (53) Según indica el denunciante, la conducta comercial consistente en no repercutir de forma consciente y generalizada entre gran parte de las sociedades mercantiles que gestionan salas de cine en España la bajada de IVA del mes de julio de 2018 en el precio final ofertado al usuario puede implicar que nos encontremos ante una posible conducta colusoria.
- (54) En relación con la posible concertación entre las empresas exhibidoras denunciadas para uniformizar sus condiciones comerciales y no repercutir en los precios de las entradas la bajada del porcentaje de IVA aplicable, debe señalarse que la información presentada por FACUA sobre la evolución de los precios de entradas de cine, de las salas seleccionadas, en dos momentos del tiempo (el sábado 11 de agosto de 2018 respecto al sábado 7 de julio de 2018) muestra como más de la mitad de las salas (55%) redujeron los precios, el 26,3% los mantuvo y los aumentaron un 18,7% de las salas analizadas por FACUA.
- (55) Con estos datos resulta difícil interpretar que existiera una política comercial uniforme para concertar los precios de las entradas y no reducirlos.
- (56) Dado que durante 2018 no se produjeron otros hechos destacables que pudieran afectar a los precios de las localidades de cine a excepción de la variación en el IVA cultural, puede deducirse razonablemente que al menos una parte de esta caída de los precios pudo provenir del traslado de la reducción del IVA a los precios.
- (57) Como se observa en los gráficos 3 y 4 para las provincias de Madrid y Barcelona- elegidas dichas áreas por tener una alta densidad de locales de cine y salas de exhibición cinematográfica- la selección de salas de las principales exhibidoras registraron, en mayor o menor medida, una reducción del precio de las entradas en diciembre de 2018, meses después de aplicarse la reducción del IVA, con respecto a enero de 2018.
- (58) La primera cuestión que cabe reseñarse es que tanto en Madrid como en Barcelona, sí se produjo una reducción de los precios en diciembre de 2018 con respecto a

²¹ Ver Sentencias de la AN de 25 y 26 de octubre y 15 y 28 de noviembre de 2012 y 4, 22, 24 y 31 de enero y 26 de febrero de 2013, en el ámbito del expte. S/0226/10 Licitaciones Carreteras; de 1, 4, 5 y 25 de febrero de 2013, en relación con el expte. S/0185/09 Bombas de fluidos y sentencias del TS de 12 de marzo de 2014, 8 y 17 de junio de 2015 y 14 de marzo de 2018 en relación con el expte. S/0086/08 Peluquería Profesional.

enero. En la mayoría de los casos (62% de las salas multicines analizadas) superó el 9% de reducción de precios y en algunos casos lo supera. Ello en línea con el efecto que el paso del IVA del 21% al 10% tuvo en la reducción en el precio final de las entradas de cine, y que en ausencia de otros factores fue del 9,1%.

Gráfico 5. Variaciones de precios (euros por entrada) en diciembre de 2018 respecto a enero de 2018 por salas (45) de las principales exhibidoras de cine. Madrid y Barcelona



Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

- (59) De hecho el precio medio de entrada en los cines analizados, tanto para Madrid (24 salas) como para Barcelona (21), habría disminuido un 9,1% en diciembre de 2018 respecto a enero del mismo año.

Tabla 4. Desviación estándar, media valores máximo y mínimo de los precios de entradas de cines en las salas de las principales exhibidoras en Madrid y Barcelona

	BARCELONA (21 cines)			MADRID (24 cines)		
	ene-18	dic-18	%	ene-18	dic-18	%
DSVEST (€)	1,36	1,09		0,34	0,45	
PROMEDIO (€)	8,30	7,54	-9,1%	9,66	8,78	-9,1%
Max (€)	9,9	9,0	-9,1%	9,9	9,6	-3,0%
Min (€)	4,9	4,9	0,0%	8,3	7,4	-10,8%

Fuente: Datos proporcionados por las empresas (folios 1278-1388).

- (60) Esta es una diferencia con años anteriores donde había estabilidad de precios o incrementos en función de los cines (como puede observarse para algunas salas

de Madrid y Barcelona en los gráficos 1 y 2 del apartado 45 de los hechos acreditados).

- (61) Por otro lado, como puede comprobarse en los gráficos 1 a 4, cabe destacar que existen diferencias entre la variación de precios que aplica cada empresa y dentro de cada empresa diferencias entre cada área geográfica y, dentro de cada área geográfica, diferencias entre cada cine. Esto puede reflejar varios aspectos tales como diferencias en la situación competitiva de cada área, diferencias en la estrategia comercial a nivel de empresa e incluso a nivel de cine, o diferencias en la estructura de costes a nivel de empresa e incluso a nivel de cine.
- (62) La dispersión de precios y de ritmos de caída de los mismos permite descartar que haya existido un movimiento paralelo (más allá de la tendencia común y racional de rebajar precios como respuesta al recorte del IVA). No se concluye que hubiera una coordinación simultánea de cines en tanto que presentaron niveles de precios y tendencias dispares antes y después de la rebaja del IVA.
- (63) Por ejemplo, como se puede observar en la Tabla 3, la horquilla de variación de precios que aplicó CINESA en diciembre de 2018 con respecto a enero de 2018 fue, en general, **[CONFIDENCIAL]** que la que aplicaron sus competidores, con cines que **[CONFIDENCIAL]**.
- (64) Otro ejemplo de estas diferencias es la comparación entre KINEPOLIS y YELMO. En Madrid, fue YELMO la que ofreció **[CONFIDENCIAL]** que Kinepolis.
- (65) También se aprecia una diferenciación entre las empresas en los precios mínimos que aplicaron, las variaciones de precios en días concretos (como los miércoles, los viernes o el fin de semana), la existencia de abonos, etc.
- (66) Por tanto, lo cierto es que los precios de las entradas de cine en 2018 en las salas de los principales exhibidores presentaron una gran variabilidad y heterogeneidad, no solo entre los distintos operadores, sino también entre los precios que cada operador aplicó en cada provincia, lo que indica una alta improbabilidad de conductas de concertación paralela de fijación de precios.
- (67) De lo anterior se deduce que, con independencia de que algunas de las empresas denunciadas se pudieran estar comportando de forma similar en cuanto a su estrategia comercial de precios, es difícil identificar un patrón de precios de localidades de cine que muestre indicios de una conducta colusoria entre las salas exhibidoras de cine incluidas en esta denuncia.
- (68) En consecuencia, no se considera que existan indicios suficientes de concertación entre las empresas exhibidoras susceptible de ser calificada como infracción contraria al artículo 1 LDC.

6.3.2. Sobre la existencia de una infracción del artículo 2 de la LDC

(69) El artículo 2 de la LDC establece que:

“1. Queda prohibida la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en parte del mercado nacional.”

- (70) El concepto de explotación abusiva de una posición dominante es un concepto objetivo que se refiere a las actividades de una empresa en posición dominante que pueden influir en la estructura de un mercado en el que, debido justamente a la presencia de la empresa en cuestión, la intensidad de la competencia se encuentra ya debilitada, y que producen el efecto de obstaculizar, por medios diferentes de los que rigen una competencia normal de productos o servicios con arreglo a las prestaciones de los agentes económicos, el mantenimiento del nivel de competencia que aún exista en el mercado o el desarrollo de esa competencia²².
- (71) Por tanto, para que se produzca una infracción del artículo 2 de la LDC, se requiere, en primer lugar, que el operador económico tenga posición de dominio en un mercado definido como relevante y, en segundo lugar, que abuse de dicha posición de dominio.
- (72) Tras haber analizado en el apartado anterior las conductas denunciadas desde la óptica de una posible infracción del artículo 1 de la LDC, cabe concluir que no hay indicios de la existencia de una conducta abusiva consistente en la imposición de precios inequitativos, dado que, como ha quedado acreditado, cada una de las empresas observadas ha adoptado los precios aparentemente según sus decisiones empresariales adoptadas de forma autónoma.
- (73) Por consiguiente, al no haberse detectado indicios de una conducta abusiva, incluso en el caso de que se acreditase una posición de dominio en alguna definición de mercado, no existen indicios de abuso de dicha eventual posición de dominio por parte de las empresas exhibidoras de cine susceptible de ser calificada como infracción contraria al artículo 2 LDC.
- (74) A la vista de todo lo anterior, no se aprecian indicios razonables para considerar la existencia de una práctica concertada entre las empresas de exhibición de

²² Sentencia del TJUE de 13 de febrero de 1979, C-85/76, Hoffman-La Roche (párrafo 91); Sentencia del TJUE de 9 de noviembre de 1983, C-322/81, Michelin I (párrafo 70); Sentencia del TJUE de 3 de julio de 1991, C-62/86, Akzo (párrafo 69); Sentencia del TJUE de 17 de diciembre de 2003, T-219/99, British Airways (párrafo 66); Sentencia del TJUE de 2 de abril de 2009, C-202/07 France Télécom (párrafo 104); Sentencia del TJUE de 14 de octubre de 2010, C-280/08 Deutsche Telekom (párrafo 174); Sentencia del TJUE de 17 de febrero de 2011, C-52/09 TeliaSonera Sverige (párrafo 27) y Sentencia del TJUE de 25 de marzo de 2021 C-165/19 P Slovak Telecom (párrafo 41).

cine ni un abuso de posición de dominio para no repercutir la reducción del porcentaje del IVA en el precio de las entradas, de acuerdo con la LDC.

7. RESUELVE

Único. Declarar que no ha resultado acreditada la existencia de una infracción de la LDC por parte de las empresas exhibidoras de cine denunciadas y, en consecuencia, acordar el archivo de las actuaciones de conformidad con el fundamento de derecho tercero de la presente resolución.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Competencia de la Comisión Nacional de los Mercados y notifíquese a los interesados haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo en la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

ANEXO. VARIACIÓN DE PRECIOS DE LAS ENTRADAS DE 114 SALAS/PANTALLAS SITUADAS EN 48 PROVINCIAS ESPAÑOLAS ENTRE JULIO Y AGOSTO DE 2018

[CONFIDENCIAL]