

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C/1405/23 COMERCIA/UNIVERSALPAY**

---

#### **1. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 21 de julio de 2023 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en el paso de control exclusivo de UNIVERSALPAY, E.P., S.L.U. (UP) a control conjunto que ostentarán CAIXABANK, S.A. (CAIXABANK) y GLOBAL PAYMENTS, INC (GP) a través de COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, E.P., S.L. (COMERCIA), una *joint venture* de plenas funciones controlada conjuntamente por GP y CAIXABANK.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por COMERCIA, 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 la letra a) 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) La fecha límite para dictar y notificar la resolución es el 21 de agosto de 2023, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (4) La operación de concentración notificada consiste en el paso de control exclusivo que ostenta GP sobre UP a control conjunto que pasarán a ostentar GP y CAIXABANK a través de COMERCIA, una *joint venture* de plenas funciones controlada conjuntamente GP y CAIXABANK.
- (5) Mediante esta operación COMERCIA absorberá a UP, sociedad de la que es titular GP tras la adquisición de EVO Payments Inc. por parte de GP<sup>1</sup>.
- (6) La operación se rige por el Acuerdo Marco firmado entre COMERCIA y UP (como entidades que van a fusionarse), así como GP, CAIXABANK y CAIXABANK PAYMENTS & CONSUMER, E.F.C., E.P., S.A.U. .
- (7) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.c) 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 de 2004, sobre

---

<sup>1</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

el control de las concentraciones entre empresas, al no cumplirse los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del mismo.

- (9) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma.

## 4. EMPRESAS PARTÍCIPES

### 4.1. ADQUIRENTE: COMERCIA GLOBAL PAYMENTS, E.P., S.L. (COMERCIA)

- (10) COMERCIA es una *joint venture* con plenas funciones en el sentido del artículo 3.4 del Reglamento 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, que está controlada conjuntamente<sup>2</sup> por GP, que ostenta indirectamente el 80% de su capital a través de su filial SABRIR INVEST, S.L.U. (SABRIR) y por CAIXABANK, que ostenta la titularidad del 20%<sup>3</sup> de su capital a través de su filial 100% participada CAIXABANK, PAYMENT & CONSUMER, E.F.C., E.P., S.A.U. (CPC).
- (11) COMERCIA ofrece a los comerciantes servicios de adquirencia a través de TPV y comercio electrónico que les permiten recibir los fondos debidos tras el pago de una transacción con tarjeta. Los servicios prestados por COMERCIA comprenden distintas operaciones, como la instalación de los TPV, la transferencia de fondos tras el pago con tarjeta a través de dichos dispositivos, incluyendo el suministro y la gestión de los TPV, el procesamiento de la transacción realizada a través de los TPV y la garantía de pago de los bienes o servicios adquiridos en los locales físicos del comerciante o en sus tiendas en línea a través de una tarjeta de crédito (esto es, la transferencia de fondos del cliente al comercio). Para poder llevar a cabo estos servicios, COMERCIA celebra acuerdos con entidades de procesamiento, como Redsys, con sistemas de pago, como Visa y MasterCard, y con proveedores de TPV, como Econocom, Ingenico y Redsys. Además, COMERCIA presta servicios accesorios a los de adquirencia.
- (12) COMERCIA tiene como filial al 100% a EPG Support España, S.L., activa en la prestación de servicios de pasarelas de pago a comerciantes y en desarrollo de soluciones de software.
- (13) COMERCIA adquirió el negocio de procesamiento de pagos con tarjeta en los comercios (negocio de adquirencia o *merchant acquiring*) a Banco BPI, S.A. en Portugal y, a efectos de su gestión, constituyó un establecimiento permanente en Portugal bajo la denominación Comercia Global Payments entidad de pago S.L.
- (14) Según la notificante, el volumen de negocios de COMERCIA en el año 2022, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, fue el siguiente:

---

<sup>2</sup> C/1229/21 Comercia/Activos de CaixaBank.

<sup>3</sup> Tanto CAIXABANK como GP tienen la posibilidad de ejercer derechos de veto (y, con ellos, una influencia decisiva) sobre las decisiones estratégicas de COMERCIA.

Volumen de negocios de COMERCIA <sup>4</sup> en 2022 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>60]

*FUENTE: Notificación*

#### 4.2. ADQUIRIDA: UNIVERSALPAY, E.P., S.L.U. (UP)

- (15) UP es una entidad de pagos que ofrece servicios de adquirencia para comerciantes, suministro y gestión de TPV y servicios de aceptación de comercio electrónico. Esta sociedad tiene poca presencia con comerciantes<sup>5</sup>.
- (16) Actualmente esta sociedad es titularidad de GP, al haber adquirido esta última a la que era su matriz, EVO PAYMENTS Inc<sup>6</sup>.
- (17) ClearOne, S.L.U. (ClearOne) es una filial íntegramente participada por UP<sup>7</sup> que ofrece soluciones para pagos con tarjeta que incluyen servicios de pasarela de pagos presencial<sup>8</sup>, suministro y gestión de TPV. Esta filial es la única filial de UP que se encuentra activa en los mercados afectados en España.
- (18) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocios de UP en el año 2022, conforme al artículo 5 del RDC, fue el siguiente:

Volumen de negocios de UP en 2022 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

*FUENTE: Notificación*

<sup>4</sup> La notificante indica que, de acuerdo con lo previsto en el párrafo 177 de la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) no 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, se ha asignado la facturación de CAIXABANK y GP, al ser las entidades que controlan COMERCIA. Se ha asignado, asimismo, a GP la facturación de EVO Payments, de acuerdo con el párrafo 172 de la citada Comunicación. Previamente, para evitar duplicidades, se ha detruido de la cifra de GP el volumen de UP.

<sup>5</sup> Según la notificante, únicamente trabaja con [CONFIDENCIAL] comerciantes en España de los millones que hay en este país.

<sup>6</sup> Esta operación fue autorizada por la CNMC con fecha 21 de diciembre de 2022: C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS. Dicha operación se realizó mediante la compra 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 ese fin y filial íntegramente participada por GP.

<sup>7</sup> Fue adquirida por UP en 2018, no habiendo sido notificada la operación a la CNMC, ya que, de acuerdo con la notificante, no se cumplían los umbrales de cuota de mercado, ni de volumen de negocios previstos en el artículo 8 de la LDC.

<sup>8</sup> Según la notificante, para la prestación de dichos servicios, ClearOne adquiere TPV de empresas fabricantes (Verifone, Ingenico, ITOS, Pax) que alquila o vende a sus clientes. Asimismo, presta servicios de mantenimiento de dichos terminales. La notificante manifiesta que, al contrario que otros servicios técnicos relacionados con la prestación de servicios de adquirencia, las pasarelas de pagos en tienda física no son imprescindibles y suelen prestarse principalmente a empresas con un elevado número de TPV o transacciones que necesiten optimizar la gestión de los flujos de pago. La notificante estima que la cuota de ClearOne cuota no sería superior al [0-5]% en el ámbito nacional y al [0-5] % a nivel EEE en el mercado de pasarelas de pago en tiendas físicas, por lo que dicho mercado no será considerado relevante en el análisis de la operación.

## 5. MERCADOS RELEVANTES

### 5.1. Mercados de producto

(19) Las partes solapan su actividad en los siguientes mercados: i) servicios de adquirencia para comerciantes; ii) suministro y gestión de TPV y iii) servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico.

(20) Las actividades de las partes no se solapan en ningún mercado verticalmente relacionado<sup>9</sup>.

#### a) Mercado de servicios de adquirencia para comerciantes

(21) De acuerdo con precedentes comunitarios<sup>10</sup>, se ha considerado previamente la existencia de un mercado relevante de producto en relación con los servicios de adquirencia para comerciantes, habiéndose analizado si este mercado podía subdividirse en mercados más estrechos sobre la base de las siguientes segmentaciones: (i) tipos de sistemas de tarjetas de pago (internacionales o nacionales); (ii) marcas de las tarjetas de pago (por ejemplo, Visa o MasterCard); (iii) tipo de tarjeta de pago (tarjetas de débito o de crédito); (iv) pago físico a través de TPV (“*adquirencia para comerciantes en TPV*”) o pago basado en la web (“*adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico*”); (v) 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).

(22) Finalmente, la Comisión 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, quedando abierta la cuestión de si estos mercados debían subdividirse en mayor medida<sup>11</sup>.

(23) La CNMC también analizó recientemente<sup>12</sup> el mercado amplio de adquirencia para comerciantes, así como los segmentos de TPV y comercio electrónico.

#### b) Mercado de suministro y gestión de TPV

(24) Los TPV son dispositivos electrónicos utilizados para procesar las transacciones con tarjeta en las tiendas físicas de los comerciantes<sup>13</sup>.

(25) La Comisión Europea<sup>14</sup> 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 distintos subsegmentos por tipo de TPV

---

<sup>9</sup> De acuerdo con la notificante, TSYS (en concreto, su filial TSYS Card Tech Limited) presta servicios de software a dos procesadores de tarjetas ubicados en Luxemburgo (Advanzia) y en Alemania (Airplus) que emiten tarjetas con carácter transfronterizo en España de forma reducida. La notificante considera que podría llevar a una relación vertical de naturaleza técnica, ya que estos mercados podrían tener un ámbito geográfico a nivel Espacio Económico Europeo (EEE) (la Comisión lo dejó abierto en precedentes como M.9452 Global Payments/TSYS, de 16 de septiembre de 2019). Sin embargo, dado que GP no presta estos servicios de software en España y que el principal procesador en este país es Redsys, esta hipotética relación vertical no supone la existencia de un mercado verticalmente relacionado en España, no suscitara problema alguno y no se considera necesario analizarlo con mayor detalle, según la notificante.

<sup>10</sup> M.10075 NEXI / NETS Group.

<sup>11</sup> M.9776 WORLDLINE / INGENICO.

<sup>12</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>13</sup> M.10358 ADVENT INTERNATIONAL / EURAZEO / PLANET PAYMENT GROUP.

<sup>14</sup> M.10358 ADVENT INTERNATIONAL / EURAZEO / PLANET PAYMENT GROUP.

(por ejemplo, TPV tradicionales, TPV móviles o TPV inteligentes) o en función del tamaño del cliente. No obstante, la definición final de estos subsegmentos ha quedado abierta.

- (26) Aunque algunos precedentes a nivel nacional<sup>15</sup> definieron los TPV como parte de los servicios de adquirencia para comerciantes y consideraron la actividad de fabricación y suministro de TPV en lugar del suministro y gestión de éstos, el precedente más reciente de la CNMC<sup>16</sup>, en línea con la Comisión Europea, ha analizado de forma separada el mercado de suministro y gestión de TPV (y sus posibles subsegmentaciones) y considerado que la fabricación y suministro sería un mercado verticalmente relacionado con aquél.

### **c) Mercado de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico**

- (27) 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<sup>17</sup>.
- (28) 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.
- (29) En el ámbito comunitario, la Comisión consideró que la contratación de servicios de adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico se hacía por separado de la de los servicios de aceptación de comercio electrónico y, por tanto, constituía un mercado distinto. Asimismo, definió el mercado sin una mayor segmentación con base en la marca o el tipo de tarjeta, en la medida en que la mayoría de los proveedores de aceptación de comercio electrónico permitían pagar con todas las tarjetas<sup>18</sup>.
- (30) En consecuencia, en la presente operación se analizará el mercado de producto de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico.

## **5.2. Mercado geográfico**

### **a) Mercado de servicios de adquirencia para comerciantes**

- (31) Tanto la Comisión<sup>19</sup> como la CNMC<sup>20</sup> han considerado que los mercados de adquirencia para comerciantes y sus posibles segmentos son de carácter nacional de forma general, si bien el mercado de servicios de adquirencia para comerciantes en el comercio electrónico (y sus posibles segmentos) se ha considerado, como mínimo, de dimensión EEE, aunque la definición exacta quedó finalmente abierta. En el presente caso, la adopción de uno u otro enfoque no alteraría las conclusiones del análisis.

---

<sup>15</sup> C/0032/07 – INGENICO S.A. / SAGEM MONETEL S.A. / SAGEM DENMARK S.A. ; C/0363/10 VERIFONE SYSTEMS INC. / HYPERCOM CORP. / INGENICO S.A.

<sup>16</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>17</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>18</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>19</sup> M.9776 WORDLINE / INGENICO y M.10075 NEXI / NETS GROUP.

<sup>20</sup> C/1144/20 CAIXABANK / BANKIA; C/1194/21 UNICAJA BANCO / LIBERBANK ; C/1200/21 ABANCA /LA SUCURSAL ; C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

- (32) En este sentido, la notificante estima que la cuota de mercado combinada es inferior al 15 % en valor y en volumen a nivel del EEE en el mercado de prestación de servicios de adquirencia para comerciantes, tanto en el segmento de TPV, como en el de comercio electrónico, en cualquiera de 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. Por tanto, este mercado no se analizará como relevante.
- (33) A efectos del análisis de esta operación, se considerarán como mercados relevantes el mercado nacional de adquirencia para comerciantes, así como los segmentos de TPV y comercio electrónico, en los que están presentes ambas partes.

#### **b) Mercado de suministro y gestión de TPV**

- (34) Los precedentes comunitarios<sup>21</sup> han concluido, que el mercado de suministro y gestión de TPV es probablemente de ámbito nacional.
- (35) Los precedentes nacionales<sup>22</sup> han considerado que el mercado geográfico es nacional, matizando, sin embargo, la necesidad de tener en cuenta el desarrollo futuro de un mercado geográfico europeo, o bien han dejado abierta la definición geográfica<sup>23</sup>.
- (36) Por tanto, se analizará el mercado de suministro y gestión de TPV (y sus posibles segmentaciones) a nivel nacional<sup>24</sup>.

#### **c) Mercado de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico**

- (37) En lo que respecta a los precedentes, la Comisión<sup>25</sup> definió el alcance geográfico del mercado de aceptación de pagos de comercio electrónico como de (al menos) el EEE, ya que muchos clientes recurren a licitaciones a escala EEE y los proveedores ofrecen estos servicios en todos los países del EEE, además de que no existen factores que restrinjan significativamente, ni la contratación, ni la provisión de estos servicios en dicho ámbito<sup>26</sup>.
- (38) La consideración de uno u otro ámbito geográfico no altera las conclusiones del análisis, si bien se analizará a nivel nacional, puesto que la notificante estima que su cuota de mercado a nivel EEE es inferior al 5 % y, por tanto, no constituiría un mercado relevante.

## **6. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **6.1 Estructura de la oferta**

---

<sup>21</sup> M.10075 NEXI / NETS GROUP; M.9776 WORLDLINE / INGENICO ; M.9387 ALLIED IRISH BANKS/FIRST DATA CORPORATION/SEMERAL; M.9357 FIS/WORLDPAY; M.7873 WORLDLINE/EQUENS/PAYSQUARE.

<sup>22</sup> C/0032/07 INGENICO / SAGEM.

<sup>23</sup> C/0410/11 VERIFONE/HYPERCOM ; C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>24</sup> Las partes estiman que su cuota de mercado combinada en volumen es inferior al 10 % a nivel EEE en el mercado de suministro y gestión de TPV.

<sup>25</sup> M.9776 WORLDLINE / INGENICO.

<sup>26</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.



- (39) Según la notificante, en línea con el precedente nacional<sup>27</sup>, los servicios de adquirencia para comerciantes, los servicios relacionados de suministro y gestión de TPV y la aceptación de comercio electrónico son muy competitivos, tanto a nivel nacional en España, como de forma más general a nivel europeo.
- (40) La estructura de la oferta de estos mercados comprende a entidades financieras y otros proveedores de servicios de adquirencia para comerciantes<sup>28</sup> que les prestan estos servicios y les permiten aceptar pagos con tarjeta en sus tiendas físicas y en línea, siendo el servicio subyacente prestado esencialmente el mismo<sup>29</sup>.
- (41) Entre los competidores principales puede citarse a Banc Sabadell, Banco Santander, BBVA, JP Morgan, Adyen, Stripe, Worldpay, Fiserv, Worldline, Square, SumUp y otros que prestan servicios a los comerciantes españoles<sup>30</sup>.

### Cuotas de mercado

#### **A) Mercado de suministro de servicios de pagos por tarjeta - servicios de adquirencia<sup>31</sup>**

##### **A.1. Mercado de servicios de adquirencia para comerciantes**

- (42) Según los datos de 2022 aportados por la notificante, a nivel nacional, las cuotas resultantes de la operación son las siguientes:

<b>Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (solo datos de STMP para mercado total<sup>32</sup>)</b>						
<b>Empresa</b>	<b>Adquirencia para comerciantes (2020) (millones de euros)</b>	<b>Cuotas de mercado (2020)</b>	<b>Adquirencia para comerciantes (2021) (millones de euros)</b>	<b>Cuotas de mercado (2021)</b>	<b>Adquirencia para comerciantes (2022) (millones de euros)</b>	<b>Cuotas de mercado (2022)</b>
<b>COMERCIA</b>	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[30-40]%
<b>UP</b>	[CONF.]	[0-5]%	[CONF.]	[0-5]%	[CONF.]	[0-5]%
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	<b>[40-50]%</b>	[CONF.]	<b>[30-40]%</b>	[CONF.]	<b>[30-40]%</b>
<b>Mercado</b>	[CONF.]	<b>100</b>	[CONF.]	<b>100</b>	[CONF.]	<b>100</b>

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Según la notificante, la relación entre los proveedores de servicios de adquirencia para comerciantes y los comerciantes se rige por un acuerdo de prestación de servicios que incluye, en particular: (i) el suministro del TPV físico o en línea para aceptar pagos con tarjeta; (ii) la ejecución de las operaciones técnicas y financieras necesarias para procesar los pagos y obtener fondos del emisor de la tarjeta; (iii) la transferencia del importe pagado por los clientes a las cuentas de los comerciantes; y (iv) la prestación de servicios accesorios (por ejemplo, evaluación del pago, servicios multdivisa, etc.).

<sup>29</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> La notificante indica que los mercados totales proporcionados por las partes para los mercados de servicios de adquirencia para comerciantes y para los segmentos TPV y comercio electrónico provienen de estimaciones elaboradas por STMP. Las partes consideran que es la entidad que proporciona información agregada más representativa para estos mercados y no disponen de fuentes alternativas mejores.

<sup>32</sup> Según la notificante, los datos correspondientes a 2022 comprenden los datos de los que dispone STMP relativos a los operadores que integran su red y a terceros operadores que prestan servicios de adquirencia en el mercado español, pero que son ajenos a STMP.

<b>Global</b>						
<b>Fuente:</b> estimación propia (Comercia); informe de rentabilidad MI-Analytics (UP); STMP (total de mercado).						

Cuotas de mercado por volumen (núm. de transacciones) (solo datos de STMP para mercado total <sup>33</sup> )						
Empresa	Adquiere para comerciantes (2020) (millones)	Cuotas de mercado (2020)	Adquiere para comerciantes (2021) (millones)	Cuotas de mercado (2021)	Adquiere para comerciantes (2022) (millones)	Cuotas de mercado (2022)
<b>COMERCIA</b>	[CONF.]	[40-50]%	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
<b>UP</b>	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	[40-50]%	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[30-40] %
<b>Total de mercado</b>	[CONF.]	<b>100</b>	[CONF.]	<b>100</b>	[CONF.]	<b>100</b>
Fuente: estimación propia (COMERCIA); informe de rentabilidad MI-Analytics (UP); STMP (total de mercado).						

- (43) De acuerdo con los datos de 2022 aportados por la notificante, a nivel nacional, las cuotas resultantes en valor, en las subsegmentaciones según el sistema y el tipo de tarjeta<sup>34</sup>, serían las siguientes:

Servicios de adquisición para comerciantes en España dividido por sistema de tarjeta <sup>35</sup>				
2022	Visa		MasterCard	
	Valor de las transacciones	Cuota demercado	Valor de las transacciones	Cuota de

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> En lo que concierne a la distinción entre sistemas de tarjeta nacionales e internacionales, de acuerdo con la notificante, 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 STMP, que 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), la notificante manifiesta 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 combinada de las partes en esta subdivisión es de 0% 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 adquisición para comerciantes ([30-40]%, tal y como se indicó).

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. No obstante, no cree que las cuotas para esta segmentación sean significativamente diferentes en función del tamaño de los clientes.

Lo mismo indica sobre la sub-segmentación en función de la prestación de servicios de adquisición como mayoristas o minoristas, si bien 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. En cualquier caso, de acuerdo con la notificante, esta sub-segmentación no sería relevante para el análisis de la operación, ya que COMERCIA no presta servicios de adquisición para comerciantes a nivel mayorista a terceros, por lo que tiene una cuota de 0% en este hipotético sub-segmento y UP tampoco presta este servicio.

<sup>35</sup> Según la notificante, no hay información de terceros disponible en el mercado sobre otros sistemas de tarjetas para determinar el tamaño total real del mismo. No obstante, MasterCard y Visa representan prácticamente la totalidad del mercado de tarjetas de España.



	(millones de euros)		(millones de euros)	mercado
COMERCIA	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30]%
UP	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	<b>[30-40]%</b>	[CONF.]	<b>[20-30] %</b>
<b>Mercado total<sup>36</sup></b>	[CONF.]	<b>100%</b>	[CONF.]	<b>100%</b>

Servicios de adquisición para comerciantes en España dividido por tipo de tarjeta <sup>37</sup>				
2022	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
COMERCIA	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[30-40]%
UP	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	<b>[30-40] %</b>	[CONF.]	<b>[30-40] %</b>
<b>Mercado total<sup>38</sup></b>	[CONF.]	<b>100%</b>	[CONF.]	<b>100%</b>

## A.2. Mercado de servicios de adquisición para comerciantes-segmentoTPV

(44) Según los datos de 2022 aportados por la notificante, a nivel nacional, las cuotas resultantes de la operación son las siguientes:

**Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (solo datos de STMP para mercado total<sup>39</sup>)**

<sup>36</sup> La notificante indica que COMERCIA ha estimado el mercado total a partir de la información de STMP.

<sup>37</sup> De acuerdo con la notificante, se trata de datos del mercado total, ya que comprenden el valor de las transacciones llevadas a cabo en el mercado nacional, tanto a través de operadores que integran la red STMP, como de terceros operadores extranjeros con actividad en España que no están integrados en dicha red.

<sup>38</sup> La notificante indica que COMERCIA ha estimado el mercado total a partir de la información de STMP.

<sup>39</sup> Según la notificante, los datos correspondientes a 2022 comprenden los datos de los que dispone STMP relativos a los operadores que integran su red y a terceros operadores que prestan servicios de adquisición en el mercado español, pero que son ajenos a STMP.

Empresa	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2020) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2021) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2021)	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2022) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2022)
COMERCIA	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
UP	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[40-50] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
Mercado Global	[CONF.]	100	[CONF.]	100	[CONF.]	100

**Fuente:** Estimación interna (COMERCIA); informe de rentabilidad MI-Analytics (UP), Inventario de Ingenico + Redsys, número de TPV instalados, volumen de procesamiento TPV adquirido por UnP (UP); STMP (total de mercado).

Cuotas de mercado por volumen (número de TPV) (solo datos de STMP)						
Empresa	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2020)	Cuotas de mercado (2020)	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2021)	Cuotas de mercado (2021)	Adquirencia para comerciantes (TPV) (2022)	Cuotas de mercado (2022)
COMERCIA	[CONF.]	-	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[20-30] %
UP	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[30-40]%
Total de mercado	[CONF.]	100%	[CONF.]	100%	[CONF.]	100%

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

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

- (45) La notificante indica que la prestación de servicios de adquirencia para comerciantes es altamente competitiva en este nivel, siendo los principales prestadores de servicios de adquirencia en transacciones de comercio electrónico en Europa por volumen de transacciones 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 75% del total de transacciones de comercio electrónico

de Europa, con JP Morgan Payments y Adyen adquiriendo, de forma combinada, el 40% del total de transacciones de comercio electrónico<sup>40</sup>.

- (46) La notificante se refiere, además, a la existencia de 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<sup>41</sup>.
- (47) Según los datos de 2022 aportados por la notificante, a nivel nacional, las cuotas resultantes de la operación son las siguientes:

Cuotas de mercado por valor (valor de las transacciones) (sólo datos del STMP para mercado total <sup>42</sup> )						
Empresa	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)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2022) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2022)
COMERCIA	[CONF.]	[20-30] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30] %
UP	[CONF.]	[5-10] %	[CONF.]	[5-10] %	[CONF.]	[0-5] %
Entidad Resultante	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %
Total de mercado	[CONF.]	100	[CONF.]	100	[CONF.]	100

**Fuente:** Estimación interna (COMERCIA); Informe de rentabilidad MI-Analytics (UP); STMP (total de mercado).

Cuotas de mercado por volumen (número de transacciones procesadas para mercado total <sup>43</sup> )						
Empresa	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)	Adquirencia para comerciantes (comercio electrónico) (2022) (millones de euros)	Cuotas de mercado (2022)
COMERCIA	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30] %

<sup>40</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> Según la notificante, los datos correspondientes a 2022 comprenden los datos de los que dispone STMP relativos a los operadores que integran su red y a terceros operadores que prestan servicios de adquirencia en el mercado español, pero que son ajenos a STMP.

<sup>43</sup> Ibid.

<b>UP</b>	[CONF.]	]0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[30-40] %	[CONF.]	[20-30] %
<b>Mercado global</b>	[CONF.]	100	[CONF.]	100	[CONF.]	100

**Fuente:** Estimación interna (COMERCIA); Informe de rentabilidad MI-Analytics (UP); STMP (total de mercado).

## B) Mercado de suministro y gestión de TPV

- (48) Según los datos de 2022 aportados por la notificante, a nivel nacional, la cuota conjunta en volumen<sup>44</sup> (medido por número de TPVs), teniendo en cuenta únicamente los datos de STMP es la siguiente:

Cuotas de mercado por volumen (número de TPV) (sólo datos de STMP)						
Empresa	Suministro y gestión de TPV (2020)	Cuotas de mercado (2020)	Suministro y gestión de TPV (2021)	Cuotas de mercado (2021)	Suministro y gestión de TPV (2022)	Cuotas de mercado (2022)
<b>COMERCIA</b>	[CONF.]	-	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[20-30] %
<b>UP<sup>45</sup></b>	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[0-5] %
<b>Entidad Resultante</b>	[CONF.]	[0-5] %	[CONF.]	[30-40]%	[CONF.]	[30-40] %
<b>Total de mercado</b>	[CONF.]	100	[CONF.]	100	[CONF.]	100

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

- (49) La notificante indica que las cuotas de las partes estarían sobreestimadas, al no tener en cuenta los TPV que no pertenecen a la red STMP, pudiendo incluirse dentro de estos últimos nuevos e innovadores suministradores de TPV que someten a una creciente presión competitiva a las partes, como Stripe, Zettle/PayPay y SumUp.
- (50) En lo relativo 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, coincidiendo con lo expuesto en el precedente nacional<sup>46</sup>, 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.

<sup>44</sup> En el precedente C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS se analiza también la cuota en volumen.

<sup>45</sup> La notificante aporta la cuota de su filial ClearOne en este mercado, siendo de [0-5] %.

<sup>46</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

### C) Mercado de aceptación de pagos en comercio electrónico

- (51) Respecto a este mercado, la notificante indica que no dispone de información suficiente para proporcionar cuotas de mercado diferentes a las proporcionadas para el segmento de comercio electrónico del mercado de adquisición de comerciantes<sup>47</sup>.
- (52) 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 y, teniendo en cuenta que las partes prestan estos servicios como parte de su oferta mayor de servicios de adquirencia para comerciantes, las cuotas en el mercado de servicios de adquirencia para comerciantes en el segmento de comercio electrónico son suficientemente representativas de este mercado en general y, en particular, de la posición combinada de las partes.
- (53) Por otra parte, la notificante manifiesta que existen competidores relevantes en este mercado, como Stripe, Square y Zettle/PayPal, además de los prestadores de servicios de adquirencia para comerciantes.

### 6.2 Estructura de la demanda, canales de distribución y precios

- (54) La demanda en el mercado de servicios de adquirencia para comerciantes y servicios accesorios está constituida 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. La demanda se caracteriza, por tanto, por ser relativamente dispersa, lo que se traduce en un gran número de clientes que individualmente suponen un volumen de negocio relativamente pequeño<sup>48</sup>.
- (55) En cuanto a la madurez de este mercado, puede considerarse que se encuentra en una fase entre la expansión y la madurez<sup>49</sup>. La notificante afirma que existe una fuerte competencia por parte de los agentes internacionales, que compiten por ofrecer soluciones de alto valor añadido que se ajusten a las necesidades de las grandes plataformas de la llamada “*economía disruptiva*”. Por otro lado, la competencia con respecto a los clientes individuales o a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se produce fundamentalmente en el precio y no tanto en el tipo de tecnología utilizada, pues la mayoría de los operadores ofrecen terminales físicas con características similares. Por ello, según la notificante, existe un alto grado de sustituibilidad entre los TPV y, además, los costes de cambio son bajos, por lo que los operadores han ido diferenciándose en los últimos años mediante la oferta de servicios accesorios personalizables y adaptados a las necesidades específicas de los clientes.
- (56) Adicionalmente, señala la notificante, que las medidas adoptadas en el marco del 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, en 2020 los pagos con tarjeta en España crecieron un 10% respecto al año anterior, mientras que las retiradas de efectivo en los cajeros automáticos se desplomaron

---

<sup>47</sup> Este planteamiento también se siguió en el precedente C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS / EVO PAYMENTS.

<sup>48</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

<sup>49</sup> Ibid.

- un 18%. A ello hay que añadir el aumento de las transacciones en TPV virtuales debido al auge del comercio en línea durante el mismo período.
- (57) De acuerdo con datos del Banco de España a octubre de 2022<sup>50</sup>, si bien en 2022 el efectivo fue el medio de pago más utilizado en España para las compras en comercios físicos y los pagos entre particulares, disminuyó su uso con respecto a 2019, motivado principalmente por el aumento de las compras online y por un cambio en los hábitos de pago de los consumidores, que han incrementado el uso de medios digitales en sus compras.
- (58) En este sentido, según datos de la CNMC a 30 de junio de 2023, el comercio electrónico superó en España los 72.000 millones de euros en el 2022; un 25% más que el año anterior<sup>51</sup>.
- (59) En lo que respecta a los canales de distribución, según la notificante, los servicios de adquirencia para comerciantes y los terminales TPV se distribuyen fundamentalmente a través del canal bancario. No obstante, los operadores independientes son cada vez más importantes y tratan directamente con los comerciantes.
- (60) COMERCIA utiliza los canales de distribución bancaria de CAIXABANK para ofrecer sus TPV, así como los servicios asociados y accesorios de CAIXABANK, pudiendo distinguirse dentro de los mismos: i) la red de sucursales bancarias; ii) la red de agentes financieros; iii) el canal de banca en línea; iv) el canal de banca telefónica, y v) aplicaciones móviles bancarias.
- (61) UP también utiliza el canal bancario para distribuir sus servicios de adquirencia para comerciantes y los terminales TPV.
- (62) En cuanto a los servicios de aceptación de pagos en comercio electrónico, según la notificante, los bancos utilizan sus canales de distribución tradicionales para ofrecerlos. Sin embargo, nuevos competidores, como Adyen, Stripe o Square los distribuyen y ofrecen a través de Internet y de otros canales en los que operan, entre otros, grandes minoristas, como Media Markt o Carrefour.
- (63) Adicionalmente, los avances tecnológicos han permitido recientemente un importante desarrollo en la prestación de servicios de adquirencia para comerciantes a través de canales distintos al tradicional. El comercio electrónico, por su parte, requiere servicios más avanzados que con frecuencia son prestados con más eficiencia por empresas no bancarias. Además, un número de innovadores prestadores de servicios de adquirencia y de terminales TPV físicos (como Adyen, Square y SumUP, entre otros) han entrado en el mercado y suministran estos servicios directamente a los comerciantes.
- (64) La notificante manifiesta, adicionalmente, que existe un canal de venta específico para los distribuidores de servicios de adquirencia para operaciones de pago con tarjeta, si bien es muy reducido.
- (65) Por lo que respecta a los precios, de acuerdo con la notificante, los aplicados por los operadores del mercado para la prestación de servicios de adquirencia y servicios accesorios a los TPV son muy similares. Por otro lado, los servicios de

---

<sup>50</sup> <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/24994>

<sup>51</sup> <https://www.cnmc.es/prensa/comercio-electronico-IVT22-20230630>



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<sup>52</sup>.

### 6.3 Barreras a la entrada, competencia potencial e innovación

- (66) 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<sup>53</sup>.
- (67) Por otro lado, la explotación de los servicios de adquirencia para operaciones de pago con tarjeta y los servicios de aceptación de comercio electrónico requieren el desarrollo de infraestructura tecnológica, debido a la necesidad de conexión con los diferentes sistemas de pago (fundamentalmente Visa y MasterCard), así como con las entidades de procesamiento (por ejemplo, Redsys). Sin embargo, estos requisitos no constituyen significativas barreras de entrada económicas. La entrada de nuevos operadores, como Square, Adyen y Stripe demuestra que las barreras de entrada no son significativas<sup>54</sup>.
- (68) Con respecto a la importancia de la I+D+i, destaca la notificante, en línea con el precedente nacional<sup>55</sup>, que, en los pagos mediante TPV, el gasto en I+D 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.
- (69) Asimismo, la inversión en innovación también es relevante respecto a los TPV físicos y virtuales que se ofrecen a los clientes con la intención 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 ello, la investigación y el desarrollo requieren 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<sup>56</sup>.

## 7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (70) La operación notificada consiste en el paso de control exclusivo de UP a control conjunto con CAIXABANK a través de COMERCIA, una *joint venture* de plenas funciones ya controlada conjuntamente por CAIXABANK y GP.

---

<sup>52</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

<sup>53</sup> C/1356/22 GLOBAL PAYMENTS/EVO PAYMENTS.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ibid.

- (71) A nivel nacional, las cuotas de la entidad resultante en el mercado de servicios de adquirencia para comerciantes se sitúan alrededor del 30-40% en las diferentes segmentaciones, con adiciones del [0-5] %.
- (72) En el mercado nacional de suministro y gestión de TPV, la cuota conjunta en volumen (medido por número de TPV) en 2022 es del [30-40]%, con una adición del [0-5] %.
- (73) En el mercado nacional de servicios de aceptación de pagos de comercio electrónico, la cuota conjunta sería sustancialmente similar a la del mercado de servicios de adquirencia para comerciantes en el segmento de comercio electrónico.
- (74) A la luz de las reducidas adiciones de cuota en los tres mercados analizados y en cada una de sus posibles subsegmentaciones, esta Dirección considera que la operación no supone una modificación sustancial de la estructura de mercado. Incluso si se atiende a una posible relación vertical existente entre el mercado de gestión y suministro de TPVs y el mercado de adquirencia para comerciantes en el segmento TPV, tampoco se vería alterada la estructura competitiva del mercado dado que, en ambos mercados, las adiciones son inferiores al [0-5]%, suponiendo, por tanto, un refuerzo muy reducido para la adquirente.
- (75) Existen, por otra parte, competidores relevantes nacionales e internacionales que desarrollan su actividad en estos mercados, así como nuevos operadores que están comenzando a prestar servicios en España en dichos mercados.
- (76) A la vista de lo anterior, cabe concluir que la operación no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados, **por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.**

## 8. 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, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.